

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT MENABUNG
DI BANK SYARIAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN BENTENG
KOTA PALOPO**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh

Nurul Ulyah

NIM 15.0402.0189

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

2019

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT MENABUNG
DI BANK SYARIAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN BENTENG
KOTA PALOPO**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh

Nurul Ulyah

NIM 15.0402.0189

Dibimbing Oleh

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.

Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.Ek.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Ulyah

Nim : 15.0402.0189

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul : **“Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo”.**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau dipublikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia sanksi atas perbuatan saya tersebut.

Palopo, 12 Agustus 2019
Yang membuat pernyataan,

Nurul Ulyah
NIM. 1504020189

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 12 Agustus 2019

Lamp :
Hal : Skripsi
Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nurul Ulyah
NIM : 15.0402.0189
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : **“Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo.”**

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan pada ujian Munaqasah.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Penguji I

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

NIP. 19750104 200501 2 003

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 12 Agustus 2019

Lamp :
Hal : Skripsi
Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nurul Ulyah
NIM : 15.0402.0189
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : **“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo.”**

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan pada ujian Munaqasah.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Penguji II

Irma T., S.Kom., M.Kom.

NIP. 19791208 200912 2 003

PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo.”**, yang ditulis oleh:

Nama : Nurul Ulyah
Nim : 15.0402.0189
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Disetujui untuk diujikan pada ujian Munaqasah.
Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 12 Agustus 2019

Penguji I

Penguji II

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.
NIP.19750104 200501 2 003

Irma T., S.Kom., M.Kom
NIP. 19791208 200912 2 003

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 12 Agustus 2019

Lamp :
Hal : Skripsi
Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nurul Ulyah
NIM : 15.0402.0189
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : **“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo.”**

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan pada ujian Munaqasah.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP. 19610208 199403 2 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 12 Agustus 2019

Lamp :
Hal : Skripsi
Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nurul Ulyah
NIM : 15.0402.0189
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : **“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo.”**

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan pada ujian Munaqasah.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing II

Dr. Adzan Noor B., S.E.Sy., M.A.Ek.
NIP. 19870618 201503 1 004

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo.”**, yang ditulis oleh:

Nama : Nurul Ulyah
Nim : 15.0402.0189
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Disetujui untuk diujikan pada ujian Munaqasah.
Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 12 Agustus 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ramlah M.,M.M.
NIP.19610208 199403 2 001

Dr.Adzan Noor B.,S.E.Sy.,M.A.Ek.
NIP. 19870618 201503 1 004

PRAKATA



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah, segala Puji dan syukur ke hadirat Allah swt. Atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo.”**, dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan.

Shalawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw. Keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah swt. Sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua tercinta, ibunda Mashuri dan ayahanda Rusdin Bahrin yang senantiasa memanjatkan doa kehadiran Allah swt. Memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu. Hanya doa yang dapat penulis berikan, semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah swt.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Bapak Dr. Abdul Pirol, M. Ag. selaku Rektor IAIN Palopo; Bapak Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H., M.H., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan; Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan; Bapak Dr. Muhaemin, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja sama, yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo; Bapak Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik; Bapak Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan;

Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulase, M.M. selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.Ek. selaku Pembimbing II serta Ibu Muzayyanah Jabani, S.T., M.M selaku Penguji I dan Ibu Irma T., S.Kom., M.Kom. selaku Penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ibu Dosen dan Staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang pendidikan agama Islam.
5. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Abd. Rachman S.E. selaku Kepala Kelurahan Benteng Kota Palopo beserta jajaran, serta seluruh masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo yang telah memberikan kemudahan untuk mengumpulkan data-data terkait penulisan skripsi penulis.
7. Kepada saudara-saudaraku dan seluruh keluarga yang tak sempat penulis sebutkan yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

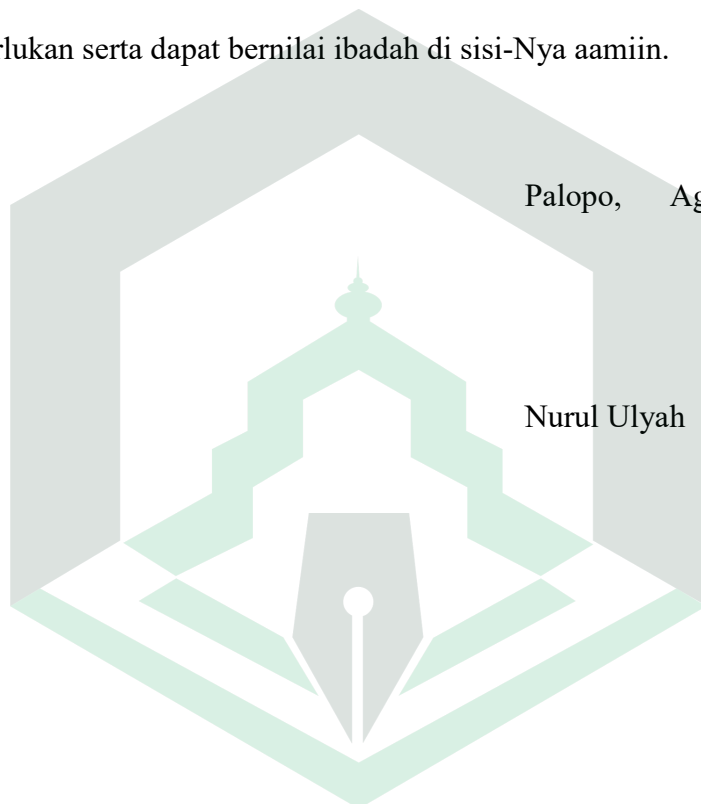
8. Sahabat Maccarita (Wellasari, Wiwin Riski Windarsari, Nirwana, Nurul Abida M. Amin, Ardi Wiranata Bachrun, Mursidin, Abd. Ridwan, Hartono Ahmad, Muh. Fadli, Isra), Para Sahabat (Putri Adelia Hasbi, Nur Awalia Said, Ayu Rahayu Agussalim) yang selama ini senantiasa menjaga kekompakan, persaudaraan, dan telah rela mengorbankan tenaga, pikiran, dan waktunya untuk membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2015 Perbankan Syariah D dan Posko KKN Keluharan Bone Tua selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
10. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Perbankan Syariah 2017/2018 yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Senior penulis (Kak Erwin, Kak Riswan, Kak Ichzani, Kak Daliati, Kak Hasrida, Kak Nina, Kak Fatma, dan Kak Hasyuni) dan junior penulis (Muhammad Ma'ruf Musrajab, Gaffar, Aksal, Anzal, Dito, Asriani, Rama, Saipul, Safira Saleh, Vera, Yogi, Syamsinar, Isvayalni, Fadli dan Hesti Utari) yang selama ini memotivasi, mengkritik, dan membantu penulis selama menyusun skripsi ini.
12. I have special one when I am down and try to given up, he always give me spirit and some motivations till I can get past this stumbling block.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. Dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya aamiin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan sistem ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah swt. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-Nya aamiin.

Palopo, Agustus 2019

Nurul Ulyah



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
NOTA DINAS PENGUJI	vii
PERSETUJUAN PENGUJI	ix
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
PEDOMAN TRANSLITERASI	xxi
DAFTAR SINGKATAN DAN SIMBOL	xxiii
ABSTRAK	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Hipotesis.....	6
D. Definisi Operasional Variabel.....	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	8
B. Kajian Pustaka.....	11
1. Inovasi Produk	11
a. Pengertian Inovasi Produk	12
b. Ciri-Ciri Inovasi Produk.....	19

c. Proses Inovasi	20
d. Produk Pada Bank Syariah.....	21
2. Minat Menabung	28
a. Pengertian Minat Menabung	29
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung.....	31
c. Proses Minat Menabung.....	33
d. Macam-Macam Minat.....	34
C. Kerangka Pikir	37

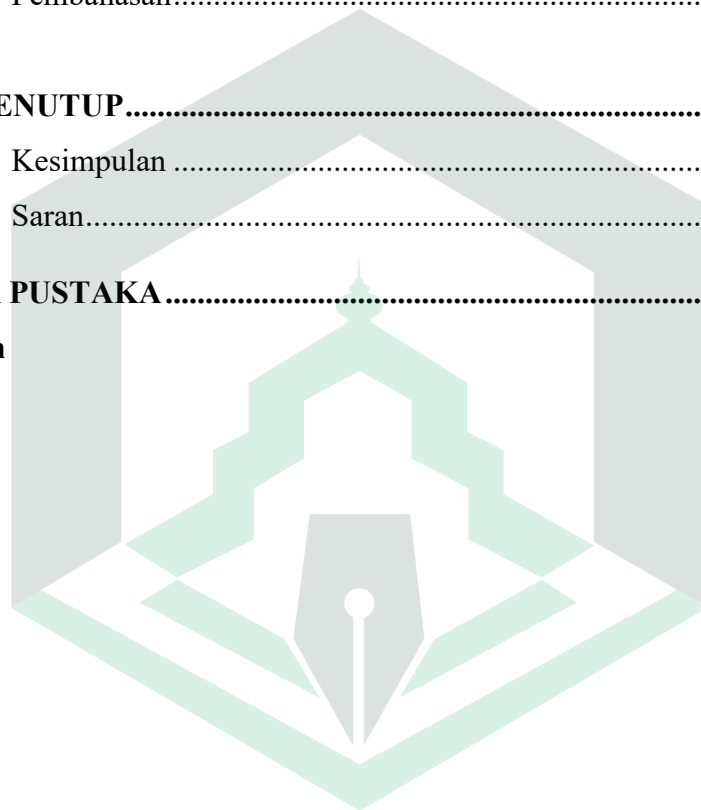
BAB III METODOLOGI PENELITIAN38

A. Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel	38
D. Sumber Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Instrumen Penelitian.....	40
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	42
1. Uji Instrumen.	42
2. Uji Asumsi Klasik.....	46
3. Uji Hipotesis	48
4. Analisis Regresi Sederhana.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....50

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	50
1. Letak Geografi Kota Palopo.....	50
2. Sejarah Kelurahan Benteng.....	51
3. Visi dan Misi Kelurahan Benteng	51
4. Pembagian Wilayah Kelurahan dan Jumlah Penduduk	52
B. Karakteristik Responden	53
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	55
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	58
C. Hasil Penelitian	59
1. Uji Asumsi Klasik.....	59
2. Uji Hipotesis	63
3. Analisis Regresi Sederhana.....	66
D. Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
Lampiran	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Definisi Operasional Variabel	6
Tabel 3.1 Interval Penilaian Favorable dan Unfavorable	42
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas untuk variabel Inovasi Produk (X).....	43
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas untuk variabel Minat Menabung (Y)....	43
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas dengan Statistic Scale untuk Variabel Inovasi Produk (X).....	44
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas dengan Statistic Scale untuk Variabel Minat Menabung (Y)	44
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Inovasi Produk (X).....	46
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Minat Menabung (Y).....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir ...	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji-t) Indikator pada Variabel Inovasi Produk.....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65

Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	66
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	37
Gambar 4.1 Peta Administrasi Kelurahan Benteng Kecamatan Wara Timur Kota Palopo.....	53
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	61



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah mengalihaksarakan suatu tulisan ke dalam aksara lain. Misalnya, dari aksara Arab ke aksara Latin.

Berikut ini adalah Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 - Nomor: 0543 b/u/1997 tentang Transliterasi Arab-Latin yang peneliti gunakan dalam penulisan skripsi ini.

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa arab dan transliterasinya kedalam huruf latin dapat dilihat dibawah ini:

HurufArab	Nama	HurufLatin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa'	Ĥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah

ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	ye

2. Vokal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda kritik atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

TandaVokal	Nama	Latin	Keterangan
أ	<i>Fathah</i>	A	<i>ā</i>
إ	<i>Kasrah</i>	I	<i>ī</i>
ؤ	<i>Ḍammah</i>	U	<i>ū</i>

DAFTAR SINGKATAN DAN SIMBOL

<i>Simbol</i>	<i>Keterangan</i>
ATM	Anjungan Tunai Mandiri/ Automated Teller Machine
DPK	Dana Pihak Ketiga
IAIN	Institut Agama Islam Negeri
IRT	Ibu Rumah Tangga
OJK	Otoritas Jasa Keuangan
PBI	Peraturan Bank Indonesia
PNS	Pegawai Negeri Sipil
POLRI	Polisi Republik Indonesia
RI	Republik Indonesia
TNI	Tentara Nasional Indonesia
TQM	Total Quality Management
SDM	Sumber Daya Manusia
SPSS	Statistical Package for Sosial Sciense / Statistical Product and Service Solutions
STV	Strategi Tactic Value
x	Kali
-	Kurang
:	Bagi
<	Kurang dari
>	Lebih dari
=	Sama dengan
+	Tambah

X	Variabel
X ₁	Variabel
Y	Variabel
%	Persen
≤	Tidak lebih dari atau kurang dari atau sama dengan
≥	Tidak kurang dari atau lebih dari atau sama dengan
≠	Tidak sama dengan
H ₀	Hipotesis nol
H ₁	Hipotesis satu
KD	Koefisien Determinasi
r ₁₁	Reabilitas instrument
a	Konstanta
b ₁	Koefisien
e	Batas Toleransi Kesalahan
e	Error
N	Jumlah subjek atau responden

ABSTRAK

Nurul Ulyah, 2019. "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo". Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Pembimbing (I) Dr. Ramlah M, MM. (II) Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.Ek.

Kata Kunci:Inovasi Produk, dan Minat Menabung

Permasalahan pokok perbankan syariah dalam penelitian ini yaitu tentang kurangnya minat menabung pada bank syariah. Hal tersebut disebabkan oleh perbankan syariah yang kurang berinovasi dalam mengembangkan produknya sehingga memengaruhi minat nasabah untuk menabung atau bertransaksi pada bank syariah. Kurangnya minat masyarakat dalam bertransaksi memberikan dampak negatif bagi kelangsungan hidup perbankan syariah dalam menghadapi dunia perekonomian yang semakin kompetitif. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap minat menabung di Bank Syariah pada masyarakat kelurahan Benteng kota Palopo.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu *purposive sampling*. Data diolah dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan menggunakan *SPSS 22*.

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 8,465 dan t_{tabel} sebesar 1,984 atau $8,465 > 1,984$ dengan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Koefisien determinasi (R_{square}) sebesar 0,422 atau 42,4% dan persamaan regresi yang diperoleh yaitu $Y = 10,080 + 0,748X + e$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. Merujuk pada hasil penelitian. Bank Syariah sebaiknya lebih berinovasi dalam mengembangkan produknya dengan begitu dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung pada Bank Syariah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk memberikan kemaslahatan terbesar bagi perekonomian nasional. Namun permasalahan pokok nasional yang masih dialami bank syariah sampai saat ini masih terpacu pada rendahnya *market share*. Perbankan syariah di dalam negeri masih mengalami kesulitan dalam meningkatkan *market share* nya. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan perbandingan antara bank syariah yang memiliki *market share* yang rendah dibanding bank konvensional.

Market share adalah persentase dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau jasa yang telah dipilih dan dikuasai oleh satu atau lebih produk atau jasa tertentu yang dikeluarkan sebuah perusahaan dalam kategori yang sama.¹ Saat ini pangsa pasar (*market share*) keuangan syariah yang secara keseluruhan masih di bawah 5%.² Namun apabila dilihat dari setiap jenis produk bank syariah, hingga akhir Desember 2016, terdapat beberapa produk syariah yang *market share*-nya di atas 5%.

Rendahnya *market share* dalam industri keuangan syariah disebabkan oleh beberapa hambatan yaitu kurangnya transparansi dan tata kelola yang baik, hal ini

¹Thorik Gunara, *Marketing Muhammad - Strategi Andal Dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad Saw* (Bandung: Masania Prima, 2007), h. 27

²OJK, 'Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah 2017-2019', *Www.Ojk.Go.Id*, 2016, 1–82<[https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Roadmap-Pengembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2017-2019/Roadmap 2017-2019](https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Roadmap-Pengembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2017-2019/Roadmap%202017-2019). Diakses pada 2 Desember 2018 pukul 09.45

terlihat dalam beberapa isu strategi antara lain: produk yang tidak variatif dan pelayanan yang belum sesuai dengan ekspektasi masyarakat; kuantitas dan kualitas sumber daya manusia yang belum memadai; pemahaman dan kesadaran masyarakat yang masih rendah sehingga menimbulkan mispersepsi masyarakat berkaitan dengan istilah, akad dan produk; pandangan bahwa perbankan syariah berbiaya mahal, serta pengaturan dan pengawasan yang belum optimal.

Cara untuk menjadikan bank syariah sebagai industri ekonomi Islam yang mampu bersaing yaitu dengan menarik minat nasabah untuk melakukan transaksi yang ada pada bank syariah, salah satu diantaranya yaitu minat masyarakat untuk menabung. Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.³ Dengan demikian dapat kita ketahui bahwa minat itu timbul dari diri seseorang itu sendiri tanpa adanya dorongan dari luar atau orang lain, dari minat tersebut maka timbul beberapa alasan mengapa masyarakat memiliki minat yang kurang untuk memilih bertransaksi pada bank syariah dalam hal ini menabung.

Menabung adalah suatu hal yang penting dalam kehidupan perekonomian masyarakat. Hal tersebut juga telah dijelaskan dalam salah satu ayat dalam Alquran, mengenai pentingnya menyeimbangkan antara urusan dunia dan akhirat. menabung merupakan suatu hal yang penting, karena kita tidak akan pernah tahu segala kemungkinan yang akan terjadi di masa yang akan datang, mengenai kapan ia sakit bahkan meninggal dunia sebagaimana firman Allah dalam Alquran surah Lukman [31:34] :

³Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (Rineka Cipta, 2015), h.21

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنَزِّلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي
نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

٣٤

Terjemahnya:

“Sesungguhnya hanya di sisi Allah ilmu tentang hari kiamat, dan Dia yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Dan tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan dikerjakannya besok. Dan tidak ada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sungguh Allah Maha Mengetahui, Maha Mengetahui”.⁴ (QS.Lukman [31:34])

Ayat tersebut telah menjelaskan bahwa manusia itu tidak dapat mengetahui dengan pasti apa yang akan diusahakannya besok atau yang akan diperolehnya, apapun yang terjadi adalah suatu rahasia Allah dan merupakan ketetapan-Nya. Oleh karenanya manusia sangat dianjurkan untuk berinvestasi di dunia juga di akhirat. Sebagaimana yang dimaksud investasi dunia dalam hal ini yaitu menabung pada bank syariah.

Dari beberapa anjuran menabung yang telah disebutkan, bukanlah hal yang mudah bagi bank syariah menarik minat masyarakat untuk menabung, sebab masih banyak hal-hal yang menjadi penyebab kurangnya minat masyarakat untuk menabung khususnya pada bank syariah. Dan salah satu hal yang menjadi permasalahannya yaitu masih kurangnya inovasi yang diciptakan pihak bank itu sendiri dalam mengembangkan produknya.

⁴Departement Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah Dan Tajwid* (Bandung: Sygma, 2014), h.

Konsisten dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Hutomo & Chanafi (2016) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa produk bank syariah yang mempunyai ciri khusus dibandingkan dengan produk-produk bank konvensional atau lembaga keuangan konvensional mampu memberikan kontribusi kepada minat masyarakat untuk menabung.⁵ Dan pada temuan Vievieta Ary Yatie (2015) yang menyatakan bahwa terdapat beberapa hal yang mendasari keputusan nasabah dalam mengambil keputusan menabung pada suatu bank salah satu faktornya yaitu produk yang ada pada bank terkait.⁶

Inovasi produk telah menjadi strategi yang memiliki prioritas tinggi, selain memiliki peranan yang sangat penting di tengah pasar yang kompetitif, industri perbankan syariah juga harus dapat terus melakukan inovasi baru. Rendahnya nasabah bank syariah terjadi karena banyak masyarakat yang beranggapan bank syariah belum selengkap, semodern, dan sebagus bank konvensional. Baik itu dalam layanan maupun produknya.⁷

Produk yang ada pada bank syariah saat ini cenderung sangat sedikit dan monoton, hanya terbatas pada tabungan, giro, deposito, pembiayaan mudarabah, murabahah, *syirkah*, dan lain sebagainya. Oleh karena itu bank-bank syariah kedepannya harus dapat mengembangkan variasi dan kombinasinya, sehingga menambah daya tarik masyarakat untuk bertransaksi di bank syariah. Dengan

⁵Hutomo Rusdianto and Chanafi Ibrahim, 'Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati', *EQUILIBRIUM Jurnal Ekonomi Syariah Vol.4 No.1*, 2016.

⁶Vievieta Ary Yatie, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung: Studi Kasus Bank Syariah Di Surabaya', *EQUILIBRIUM Jurnal Ekonomi Syariah Vol.5 No.2*, 2015.

⁷Muhammad Idris, *Ini Alasan Nasabah Syariah Perbankan Syariah RI Masih Minim*, 2016, h.7

begitu dinamisme perbankan syariah akan meningkat dalam menghadapi kebutuhan masyarakat modern yang semakin kompleks. Keberhasilan sistem perbankan syariah di masa depan akan banyak tergantung kepada kemampuan bank-bank syariah menyajikan produk-produk yang kompetitif, inovatif, menarik dan memberikan kemudahan transaksi, sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Beberapa masyarakat kelurahan benteng kota Palopo dan pihak-pihak terkait ketika di tanya pasal lebih memilih perbankan syariah atau perbankan konvensional. Jelas saja mereka lebih memilih untuk bertransaksi pada bank konvensional. Pertama pengetahuan masyarakat kelurahan Benteng kota Palopo yang masih minim tentang perbankan syariah, baik itu mengenai produknya dan berbagai hal tentang bank syariah, kedua lokasi, jaringan, serta *outlet* bank syariah yang masih kurang jika dibanding dengan bank konvensional yang jauh lebih menjamur, dan yang ketiga *service excellent* secara Islam belum seutuhnya ditonjolkan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Oleh karena itu berbagai upaya sosialisasi tentang mekanisme produk dan sebagainya, juga bagaimana bank syariah yang sebenarnya, sangat perlu agar masyarakat terkhusus pada masyarakat kelurahan Benteng mengetahui dan memahami tentang perbankan syariah, sehingga masyarakat kembali menaruh kepercayaan untuk bertransaksi pada bank syariah.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini yaitu apakah inovasi produk berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat?

C. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

H_0 : Inovasi produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

H_1 : Inovasi produk berpengaruh terhadap minat menabung.

D. Definisi Operasional Variabel

Tabel 1.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Inovasi Produk	Inovasi produk merupakan suatu proses yang memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada dengan menciptakan sesuatu yang baru baik berupa barang, jasa.	1. Perubahan desain 2. Inovasi teknis 3. Pengembangan produk ⁸

⁸Thomas W. Zimmerer and Norman M. Scarborough, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 28

2	Minat Menabung	Minat Menabung merupakan kecenderungan hati untuk memberi pilihan terhadap sesuatu yang bermanfaat bagi kebutuhan hidupnya.	1. Transaksional 2. Referensial 3. Preferensial 4. Eksplorasi ⁹
---	----------------	---	---

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap minat menabung masyarakat.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai inovasi produk pada bank syariah. Dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan pada bidang perbankan syariah juga bagi para pihak yang terkait.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menabung pada bank syariah. Serta dapat menjadi rujukan dan penerapan di lapangan.

⁹Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), h. 129



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian yang dimaksud adalah untuk mendapatkan posisi penelitian ini dan kaitannya dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh kalangan akademis. Hal ini digunakan untuk menghindari kesamaan objek penelitian dan menentukan letak perbedaan dengan penelitian yang pernah ada.

1. Pinta Gustiana Masda (2015) dengan judul “*Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Galamai di Kota Payakumbuh*” menyimpulkan bahwa dalam mengambil keputusan pembelian galamai di kota Payakumbuh, inovasi produk bukanlah sebagai faktor penting. Selain itu ada beberapa hal yang menjadi penyebab tidak berhasilnya inovasi suatu produk yaitu karena masyarakat telah terbiasa dengan produk lama, sehingga ketika produk yang baru muncul akan membuat konsumen merasa aneh karena merasa tidak cocok dengan produk yang baru sehingga inovasi produk tidak memberikan pengaruh terhadap masyarakat dalam mengambil keputusan pembelian.¹

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang ada tidaknya pengaruh inovasi produk terhadap keputusan

¹Pinta Gustiana Masda, ‘Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh’, *EQUILIBRIUM Jurnal Ekonomi Syariah Volume 2 Nomor 1*, 2015.

pembelian, hanya saja dalam penelitian kali ini yang membedakan adalah ada tidaknya pengaruh inovasi produk terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

2. Vievieta Ary Yatie (2015) dengan judul “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung: Studi Kasus Bank Syariah di Surabaya*”.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa nasabah dalam menabung di bank syariah memutuskan dan memilih bank mana yang akan dijadikan tempat untuk menabung karena didominasi oleh beberapa hal berdasarkan karakteristik sistem serta pelayanan yang diberikan oleh bank, selain hal itu nasabah juga mempertimbangkan kualitas dari produk-produk yang ditawarkan bank syariah kepada nasabah. Dan dari beberapa faktor tersebut terdapat faktor yang paling besar pengaruhnya dalam keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah yaitu karakteristik sistem yang diterapkan oleh pihak bank itu sendiri yang mempertimbangkan sistem bagi hasil, halal dan tidak ada unsur riba.²

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas mengenai produk sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menabung pada bank syariah. Namun perbedaannya dalam penelitian ini peneliti akan berfokus terhadap seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan oleh produk terkhusus pada inovasi produk itu sendiri

²Vievieta Ary Yatie, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung: Studi Kasus Bank Syariah Di Surabaya’, *EQUILIBRIUM Jurnal Ekonomi Syariah Vol.5 No.2*, 2015.

terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Perbedaan lainnya terletak pada lokasi serta subjek penelitiannya.

3. Hutomo Rusdianto, Chanafi Ibrahim (2016) dengan judul “*Pengaruh Produk Bank Syariah terhadap Minat Menabung dengan Persepsi Masyarakat sebagai Variabel Moderating di Pati*”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa produk-produk bank syariah memberikan kontribusi besar serta memberikan pengaruh positif bagi masyarakat kabupaten Pati. Selain itu, persepsi masyarakat juga mampu memoderasi antara produk bank syariah dengan minat menabung.³

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama meneliti apakah produk berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Adapun perbedaan diantara penelitian sebelumnya dan yang akan diteliti nantinya yaitu penelitian sebelumnya menggunakan variabel moderating sedangkan penelitian yang akan dilakukan nantinya tidak menggunakan variabel tersebut. Selain itu perbedaan yang lain terletak pada lokasi penelitiannya.

4. Intan Sherlin (2016) dengan judul “*Pengaruh Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing*”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk, dan kinerja pemasaran terhadap keunggulan bersaing batik Kerinci.⁴

³Hutomo Rusdianto and Chanafi Ibrahim, ‘Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati’, *EQUILIBRIUM Jurnal Ekonomi Syariah Vol.4 No.1*, 2016.

⁴Intan Sherlin, ‘Pengaruh Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing’, *Jurnal Ekonomi Vol.1 No.3*, 2016.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama menjadikan inovasi produk sebagai variabel yang memengaruhi variabel terikat (Y), dimana variabel Y disini yaitu keunggulan bersaing. Berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan nantinya yang menggunakan minat menabung sebagai variabel yang dipengaruhi atau biasa juga disebut variabel terikat.

5. Roni Andespa (2017) dengan judul *“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah”*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung pada bank syariah diantaranya yaitu usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, pembelajaran, persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, peran dan status, produk, harga, promosi, distribusi, budaya dan keluarga.⁵

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama menjadikan produk sebagai variabel bebas yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah yang dalam hal ini sebagai variabel terikat. Adapun perbedaan yang mendasari, karena pada penelitian sebelumnya terdapat lebih dari satu variabel X maka analisis yang digunakan berbeda dengan analisis data yang hanya memiliki satu variabel X, perbedaan yang lain juga terdapat pada lokasi penelitiannya.

⁵Roni Andespa, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi Di Bank Syariah', *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, Vol.2 No.1 (2017).

B. Kajian Pustaka

1. Inovasi Produk (*Product Innovation*)

Diantara ciri lembaga atau perusahaan yang baik, apalagi membawa nama syariah, adalah lembaga yang berorientasi pada empat hal: inovasi, efesiensi, servis, dan responsibilitas. Inovasi merupakan ruh dari *marketing* karena setiap pemain pasar terbuka harus memiliki suatu keunggulan yang membedakan dari pemain lainnya. Sedemikian rupa pentingnya inovasi dalam dunia persaingan bisnis, sebagian guru manajemen mengungkapkan semboyan “*Innovate or Die*” (berinovasi atau mati); tidak ada pilihan lain untuk bisa bertahan atau memimpin. Lebih jauh, inovasi atau *Mayyizah* ini dalam *Strategi-Tactic-Value* (STV) *Mark Plus & Co* dikenal dengan nama *differentiation* yang merupakan *core tactic* dari pemenang *market share*.⁶

Hanya dengan *differentiation* yang jitu pemain usaha akan mampu melakukan *marketing mix* dengan keunggulan lain yang dimilikinya sehingga proses *selling* akan berjalan dengan mulus. Dalam pemenangan *market share* ini, seorang *marketer* syariah selain harus terus berinovasi, juga wajib memperhatikan hal kedua, yaitu efesiensi.⁷

a. Pengertian Inovasi Produk

⁶Hermawan Kertajasa dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), h. 16

⁷Hermawan Kertajasa dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), h. 17

Inovasi bukanlah konsep dari suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukanlah suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja. Menurut Van de Ven, Andrew H. inovasi adalah pengembangan dan implementasi gagasan-gagasan baru oleh orang dimana dalam jangka waktu tertentu melakukan transaksi-transaksi dengan orang lain dalam suatu tatanan organisasi.⁸ Sedangkan menurut Stephen P. Robbins inovasi sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses jasa.⁹

Menurut Myers dan Marquis dalam Kotler menyatakan bahwa inovasi produk merupakan gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain.¹⁰ Jadi inovasi bukanlah konsep dari suatu ide, penemuan maupun perkembangan dari suatu pasar yang baru saja tetapi gabungan dari semua proses-proses tersebut sehingga dapat dikatakan sebagai suatu inovasi.

Dengan adanya inovasi produk yang dilakukan perusahaan, diharapkan dapat meningkatkan keputusan bagi konsumen untuk membeli. Charles, et al. (2002) menyatakan bahwa inovasi merupakan bagian dari kerangka kerja yang menghubungkan aspek budaya perusahaan dengan kemampuan berinovasi serta

⁸Siyamtinah, 'Keragaman Pola Membangun Kapabilitas Inovasi Organisasional Pada Industri Skala Kecil Menengah', *Jurnal Ekonomi*, Vol.11 (2010).

⁹Arinaldi, Amri, and Nurdasila Darsono, 'Dampak Penguasaan Informasi, Pembelajaran Organisasi, Dan Komitmen Pegawai Terhadap Kemampuan Kerja Serta Implikasinya Pada Peningkatan Kerja Pegawai Kantor Pertahanan Provinsi Aceh', *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, Vol.8 (2017).

¹⁰Myers dan Marquis dalam Philip Kotler and Garry Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, ed. by Damos Sihombing, edisi Mile (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007), h. 454

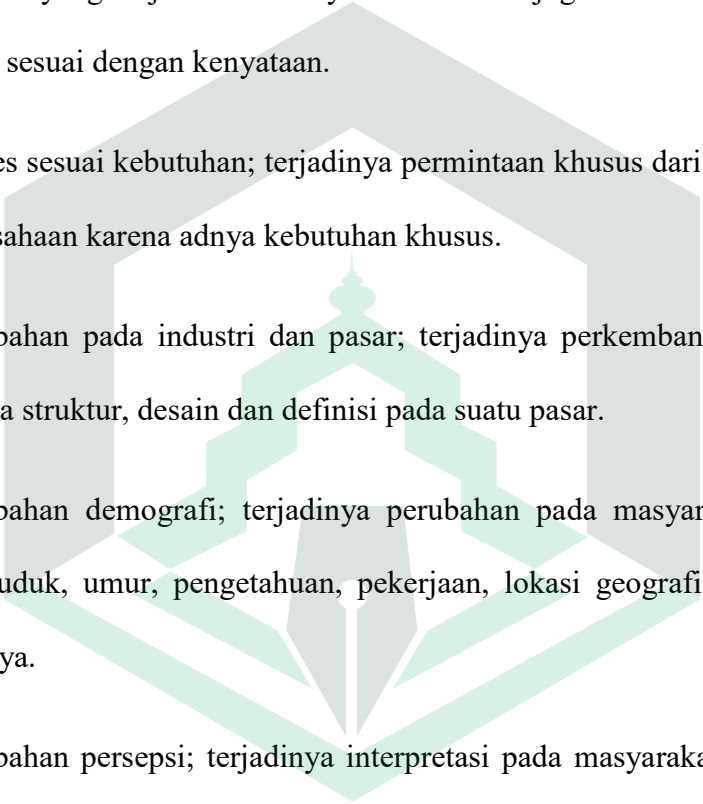
meningkatkan kinerja perusahaan melalui keputusan nasabah untuk membeli suatu produk.

Nilai tambah dari produk yang dihasilkan dapat berupa desain/model dari produk yang dihasilkan dan pelayanan dari produk yang dijual. As Kilbourne and Woodman (dalam Sousa,et.al. 2012) menunjukkan bahwa sistem inovasi tergantung pada sejumlah variabel selain kreativitas, seperti otonomi, informasi yang tersedia, sistem imbalan, pendidikan atau pelatihan, *system authority*, partisipasi dalam pengambilan keputusan, atau bahkan kekompakan tim.

Hal tersebut didukung oleh Kotabe dalam Tamamuddin (2012) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi inovasi produk yang dilakukan perusahaan maka kinerja perusahaan akan meningkat melalui peningkatan keputusan pembelian. Inovasi merupakan suatu proses baik dalam pembuatan produk baru, produk lama yang diperbarui maupun pengembangan produk yang sudah ada demi menjaga kelangsungan hidup produk agar konsumen tidak bosan dengan produk yang sudah ada.

Menurut Howell dan Highins (1990) dalam Lupiyoadi ada beberapa hal yang menjadi sumber inovasi yaitu:¹¹

¹¹Howell dan Highins dalam Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat,2013), h. 166

- 
- a. Kejadian yang tidak diharapkan; terjadinya sesuatu yang tidak pernah diantisipasi dan diramalkan sebelumnya, yang menjadi penyebab kesuksesan dan kegagalan suatu perusahaan.
 - b. Ketidakharmonisan; terjadi jurang pemisah antara apa yang diharapkan dengan yang terjadi sebenarnya. Atau biasa juga dikatakan bahwa harapan tidak sesuai dengan kenyataan.
 - c. Proses sesuai kebutuhan; terjadinya permintaan khusus dari konsumen kepada perusahaan karena adanya kebutuhan khusus.
 - d. Perubahan pada industri dan pasar; terjadinya perkembangan dan perubahan secara struktur, desain dan definisi pada suatu pasar.
 - e. Perubahan demografi; terjadinya perubahan pada masyarakat akan jumlah penduduk, umur, pengetahuan, pekerjaan, lokasi geografi dan faktor-faktor lainnya.
 - f. Perubahan persepsi; terjadinya interpretasi pada masyarakat akan fakta yang ada dan konsep yang berlaku.
 - g. Konsep pengetahuan dasar; terjadinya beberapa prinsip yang mendasari kreasi atau pengembangan suatu hal baru.

Menurut Hubeis (2012) inovasi produk terbagi menjadi 2 jenis, yaitu inovasi produk baru yaitu produk radikal, dan inovasi pengembangan produk yaitu produk bertahap.¹² Sedangkan menurut Kuratko inovasi terbagi dari 4 jenis diantaranya yaitu:

- a. Invensi (penemuan), seperti produk, jasa, atau proses yang benar-benar baru;
- b. Ekstensi (pengembangan), seperti pemanfaatan baru atau penerapan lain pada produk, jasa atau proses yang ada;
- c. Duplikasi (penggandaan), seperti replikasi kreatif atas konsep yang telah ada;
- d. Sintesis, seperti kombinasi atas konsep dan faktor-faktor yang telah ada dalam penggunaan atau formula baru.¹³

Inovasi produk bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup produk, karena produk yang telah rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup produk yang singkat, serta meningkatnya persaingan. Untuk menambah nilai dari produk yang dihasilkan, perusahaan harus dapat memodifikasi produknya agar dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen.

Inovasi produk menjadi kunci perbankan syariah untuk lebih kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keberhasilan sistem perbankan syariah di masa depan akan banyak tergantung kepada kemampuan

¹²Hubeis dalam Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013). h. 75

¹³Elinawati Susi Mentari Sinurat, Bode Lumanauw, and Ferdy Roring, 'Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga', *Jurnal EMBA*, Vol.5 (2017).

bank-bank syariah menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kemudahan transaksi, sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi bank-bank syariah, sebab inovasi memiliki peran penting di tengah pasar yang kompetitif. Karena itu industri perbankan syariah harus dapat terus melakukan inovasi-inovasi baru. Produk-produk bank syariah yang ada sekarang cenderung statis, hanya terbatas di tabungan, deposito, giro, pembiayaan murabahah, mudarabah, *syirkah*, dan itu sangat sedikit sekali. Makanya bank-bank syariah harus mengembangkan variasi dan kombinasinya, sehingga menambah daya tarik bank syariah. Hal itu akan meningkatkan dinamisme perbankan syariah menghadapi kebutuhan masyarakat modern yang semakin kompleks. Karena itu bank-bank harus mengalokasikan dana untuk peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dengan menggelar *training* atau *workshop* inovasi produk, bahkan membantu memberikan beasiswa bagi karyawannya untuk kuliah S2 Perbankan Syariah atau Ekonomi Syariah.

Harus dicatat, melakukan inovasi produk bukan hanya dengan meniru atau merujuk produk-produk yang sudah dipraktekkan di luar negeri. Inovasi produk juga dapat dilakukan dengan menggali dan mengembangkan secara kreatif konsep-konsep fiqh muamalah kontemporer dengan menggunakan *ilmu ushul fiqh*, *qawaid fiqh*, *tarikh tasyri'* dan *falsafahnya*, serta dan *ilmu maqashid syariah*. Metode *Ijtihad*

insya'iy dan *ijtihad intiqah'iy* sangat diperlukan dalam melakukan inovasi produk.¹⁴

Menurut Thomas W. Zimmerer dkk, indikator inovasi produk yaitu:¹⁵

- a. Perubahan desain; yaitu menciptakan produk dengan tingkatan kategori yang sama
- b. Inovasi teknis; yaitu perubahan mendasar ataupun memperbaiki teknologi pada produk yang sudah ada
- c. Pengembangan produk; yaitu inovasi dengan mewujudkan produk yang benar-benar baru atau mengembangkan produk lama menjadi produk baru.

Dalam Usaha pengembangan produk perbankan syariah, ulama juga mempunyai peran kunci karena pada umumnya para ulama menguasai dan mengajarkan *fiqh mu'amalah*. Selain itu, mereka juga memahami keperluan sehari-hari masyarakat karena memang ulama hidup ditengah-tengah msyarakat.¹⁶

Menurut Kotler dan Keller (2016) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan maupun dikonsumsi, dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.¹⁷ Dari definisi tersebut dapat kita ketahui bahwa produk adalah segala sesuatu yang dihasilkan oleh

¹⁴Agustianto. *Inovasi Produk Perbankan Syariah*. Artikel, Perbankan Syariah. <http://www.agustiantocentre.com/?p=310>. Diakses pada tanggal 30 Desember 2018 pukul 23.30

¹⁵Thomas W. Zimmerer and Norman M. Scarborough, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*, h. 28

¹⁶Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani Press, Oktober 2016), h. 239

¹⁷Philip Kotler and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education Inc. Alih Bahasa Bob Sabran. (Erlangga: Jakarta, 2016), h. 47

perusahaan kemudian ditawarkan ke pasar sehingga dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumennya.

Produk yang ditawarkan setiap perusahaan semakin beragam dengan kelebihan masing-masing. Hal tersebut memicu para konsumen untuk lebih selektif dalam memilih produk yang sesuai. Dengan produk baru atau yang dimaksud dengan produk asli, perbaikan produk, memodifikasi produk dan merek baru dari perusahaan yang berkembang melalui penelitian sendiri dan upaya pengembangannya. Bagi perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya tentu saja tidak akan tinggal diam dan juga akan berlomba-lomba untuk melakukan inovasi produk sehingga menarik minat para konsumen sebab inovasi produk diperlukan oleh perusahaan agar tetap bertahan dan mampu bersaing (*competitive*).

Mempertahankan produk untuk selalu diminati konsumen memerlukan usaha yang kreatif seperti membuat inovasi-inovasi dari produk yang ditawarkan, dengan harapan agar konsumen tidak beralih hati ke produk lain dengan jenis yang sama.

b. Ciri-ciri Inovasi Produk

Menurut Stephen Robbins (1994), inovasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:¹⁸

- 1) Memiliki kekhasan/khusus artinya inovasi memiliki ciri khas dalam segi ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.

¹⁸Stephen P. Robbins, *Perilaku Organisasi*, Edisi 16 (Jakarta: Index, 2003). h. 383

- 2) Memiliki unsur atau ciri kebaruan artinya suatu inovasi harus memiliki kadar kebaruan dan orisinalitas.
- 3) Program inovasi yang dilakukan telah terencana, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses yang tidak tergesa-gesa, namun inovasinya telah dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.
- 4) Inovasi yang diaplikasikan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah dan tujuan yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi dalam mencapainya.

Menurut Hurley and Hult (1998) ada 2 konsep inovasi yaitu sebagai berikut:¹⁹

- 1) Keinovatifan merupakan suatu pemikiran yang terbuka akan ide atau gagasan baru sebagai sebuah kultur perusahaan.
- 2) Kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan ide/gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil.

c. Proses Inovasi

Menurut Buchari Alma (2010), proses inovasi merupakan faktor personal yang mendorong inovasi itu sendiri, adalah: keinginan berprestasi, adanya sifat

¹⁹Aang Curatman, Rahmadi, Soesanty Maulany, Mastur Mujib Ikhsani, 'Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon', *Jurnal Logika Volume 18 Nomor 3*, 2016.

penasaran, keinginan menanggung risiko, faktor pendidikan dan faktor pengalaman. Sedangkan faktor-faktor *enviromtent* mendorong inovasi adalah adanya peluang, pengalaman, dan kreativitas.²⁰ Benar saja perkataan beberapa orang bijak bahwa pengalaman adalah sebagai guru yang berharga yang memicu perintisan usaha apalagi ditunjang oleh adanya peluang dan kreativitas.

Sedangkan menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009) proses inovasi adalah kemampuan dalam menambahkan nilai guna/manfaat dari suatu produk serta menjaga mutu produk dengan memerhatikan “*market oriented*” atau apa yang sedang laku dipasaran.²¹

d. Produk Pada Bank Syariah

Produk umum perbankan syariah merupakan penabungan berkenaan cara penghimpunan dana yang dilakukan oleh bank syariah seperti yang telah diuraikan. Dalam sistem perbankan syariah, terdapat beberapa produk yang telah dioperasikan atau diaplikasikan dalam kehidupansosial ekonomi masyarakat.

Namun demikian, terdapat sejumlah produk perbankan syariah yang belum diterapkan karena beberapa alasan, tetapi poduk tersebut bahkan telah diterapkan di beberapa Negara yang mayoritas berpenduduk muslim. Produk-produk perbankan

²⁰Buchari Alma. *Guru Profesional: Menguasai Metode dan Terampil Mengajar*. (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 10

²¹Eddy Soeryanto Soegoto. *Entrepreneurship*. (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2009), h. 8

syariah telah mendapatkan rekomendasi dari Dewan Syariah Nasional- Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).²²

Perbankan syariah mempunyai produk-produk yang terbagi menjadi 3 bidang dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yaitu:²³

1) Produk perbankan syariah di bidang penghimpunan dana

a) Giro (*Demand Deposit*)

Pada umumnya, bank syariah menggunakan akad *al-wadi'ah* pada rekening giro. Namun dalam hal ini bank syariah lebih sering menggunakan akad wadi'ah yad adh-dhamanah untuk rekening giro. Dimana akad *wadi'ah yad adh-dhamanah* merupakan titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan bertanggung jawab atas nilai (bukan fisik) dari uang yang dititipkan.

b) Tabungan (*Saving Deposit*)

Bank syariah menggunakan dua jenis akad dalam tabungan, yaitu *wadi'ah* dan *mudarabah*.²⁴ Tabungan yang menerapkan akad *wadi'ah* mengikuti prinsip-prinsip *wadi'ah yad adh-dhamanah* seperti yang dijelaskan sebelumnya. Artinya tabungan ini tidak mendapatkan keuntungan karena ia titipan dan dapat diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan buku tabungan atau media lain seperti

²²Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), h. 40-45

²³Sulaeman Jajuli. *Produk Pendanaan Bank Syari'ah*. Ed. 1, Cet. 1. (Yogyakarta: Deepublish, Desember 2015)

²⁴Hasan Abdullah al-Amin dalam Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, ed. by Dadi M.H. Basri and Farida R. Dewi (Jakarta: Gema Insani, 2017), h. 98

kartu ATM. Sedangkan tabungan yang menerapkan akad mudharabah. Diantaranya sebagai berikut, pertama; keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara *shahibul maal* (dalam hal ini nasabah) dan *mudharib* (dalam hal ini bank), kedua; adanya tenggang waktu antara dan yang diberikan dan pembagian keuntungan, karena untuk melakukan investasi dengan memutar dana itu diperlukan waktu yang cukup.

c) Deposito (*Time Deposit*)

Bank syariah menerapkan akad mudharabah untuk deposito. Seperti dalam tabungan, dalam hal ini nasabah (deposan) bertindak sebagai *shahibul maal* dan bank selaku *mudharib*. Penerapan *mudharabah* terhadap deposito dikarenakan kesesuaian yang terdapat diantara keduanya.

2) Produk perbankan syariah di bidang penyaluran dana

a) Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan akad jual beli

Bentuk akad jual beli yang telah dibahas para ulama dalam fiqh muamalah islamiyah terbilang sangat banyak.²⁵ Namun darisekian banyaknya ada tiga jenis akad jual beli yang telah banyak dikembangkan diantaranya:

- (a) *Bai' al-Murabahah (Deferred Payment Sale)*: yaitu jual beli barang pada harga asal dengan keuntungan yang disepakati sejak akad.

²⁵Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, ed. by Dadi M.H. Basri and Farida R. Dewi (Jakarta: Gema Insani, 2017). h. 101

(b) *Bai' as-Salam (In-Front Payment Sale)*: yaitu pembayaran yang dilakukan dimuka, dengan pemberian barang yang diberikan di kemudian hari.

(c) *Bai' al-Istishna (Purchase by Order or Manufacture)*: yaitu pembayaran yang bisa dilakukan dimuka, diangsur, serta dilakukan dikemudian hari setelah barang telah ada.

b) Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan akad sewa-menyewa

Adapun beberapa produk pada bank syariah yang diterapkan dengan menggunakan akad sewa diantaranya:

(a) *Al-Ijarah (Operational Lease)*: yaitu pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa pemindahan kepemilikan (*ownership*) atau barang tersebut.

(b) *Al-Ijarah Al-Muntahia Bit-Tamlik (Financial Lease with Purchase Option)*: yaitu pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran biaya sewa, yang pada saat awal akad telah adanya kesepakatan untuk pemindahan kepemilikan barang saat finalisasi pembayaran atau sewa telah berakhir.

c) Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan akad bagi hasil

Produk pembiayaan pada bank syariah yang menggunakan akad bagi hasil terdapat beberapa diantaranya:

- (a) *Al-Musyarakah*: yaitu akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak berkontribusi dana dengan kesepakatan keuntungan dan risiko ditanggung bersama sesuai kesepakatan di awal akad.
- (b) *Al-Mudharabah*: yaitu akad kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama sebagai pemilik modal dan pihak kedua sebagai pengelola yang kemudian keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan pada saat kontrak, namun risiko ditanggung sepenuhnya oleh pihak yang mengakibatkan kerugian itu terjadi.
- (c) *Al-Muzara'ah*: yaitu kerjasama antara pemilik lahan dengan penggarap/pengelola lahan dimana benih yang ingin ditanam pada lahan tersebut dapat berasal dari pemilik lahan atau pengelola lahan dengan imbalan (persentase) yang telah ditentukan sejak awal akad.
- (d) *Al-Musaqah*: yaitu kerjasama antara pemilik lahan dengan penggarap/pengelola lahan dimana benih telah ada pada lahan tersebut, hanya saja pemeliharaan seperti penyiraman dan sebagainya sepenuhnya di *handle* oleh pengelola lahan dengan pemberian upah atau si penggarap/pengelola berhak atas nisbah tertentu dari hasil panen.
- d) Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan akad pinjam meminjam nirbunga.

Ada satu produk yang menggunakan akad pinjaman yang biasa dikenal dengan nama *al-qardh*. Dari literatur fiqh klasik, *qardh* dikategorikan dalam *aqd tathawwui* atau akad saling membantu dan bukan transaksi komersial.²⁶ *Al-qardh* biasanya dilakukan bank untuk membantu keuangan nasabah secara cepat dan berjangka pendek. Talangan dana tersebut dapat diambilkan dari modal bank.²⁷

3) Produk perbankan syariah di bidang jasa;²⁸

a) *Hiwalah* (Layanan Transfer)

Hiwalah atau *Al-hawalah* adalah pengalihan utang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam istilah para ulama hal ini merupakan pemindahan beban utang dari *muhil* (orang yang berhutang) menjadi tanggungan *muhal 'alaih* atau orang yang berkewajiban membayar utang.²⁹

b) *Kafalah* (Garansi)

Kafalah atau *Al-kafalah* merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam pengertian lain, *kafalah* juga berarti

²⁶Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*., h. 131

²⁷Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*., h. 133

²⁸Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*., h.117-131

²⁹As-Sarbini Khatib, dalam Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, ed. by Dadi M.H. Basri and Farida R. Dewi (Jakarta: Gema Insani, 2017), h. 193

mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.³⁰

c) *Wakalah*(Wakil)

Wakalah atau *wikalah* berarti penyerahan, pendelegasian, atau pemberian mandat.

d) *Rahn* (Gadai/Hipotek)

Ar-Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.

e) *Sharf*(Jual-Beli Valuta Asing)

Al-sharf secara etimologi artinya *Al-Ziyadah* (penambahan), *Al-‘Adl* (seimbang), penghindaran, pemalingan penukaran, atau transaksi jual beli. Kadang-kadang *Al-Sharf* dipahami berasal dari kata *Sharafa* yang artinya membayar dengan penambahan.³¹ *Sharf* atau biasa disebut dengan *moneychanging* adalah perjanjian jual beli suatu valuta dengan valuta lainnya.

³⁰Abu Bakar Ibnu Mas’ud al-Kasani, *al-Kamal Ibnul-Humam dalam Muhammad Syafi’i Antonio, Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, ed. by Dadi M.H. Basri and Farida R. Dewi (Jakarta: Gema Insani, 2017), h. 389

³¹<http://jagoakuntansi.com/2016/09/10/akad-sharf/> diakses pada 24 Januari 2018

Beberapa produk yang sudah disebutkan diatas merupakan produk yang sudah lazim diberikan oleh bank syariah saat ini. Namun dalam operasional perbankan sehari-hari bank diperkenankan untuk mendesain sebuah produk baru.

Ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi ketika hendak melempar produk baru kepada masyarakat. Sebagaimana dikemukakan, bahwa perkembangan dan kelangsungan usaha bank tergantung antara lain dari kemampuan bank dalam melakukan inovasi produk dan jasa bank. Hal tersebut mendorong Bank Indonesia mengeluarkan PBI No. 10/17/PBI/2008 tentang produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah. Dalam pasal 1 angka 5 PBI disebutkan bahwa Produk Bank adalah produk yang dikeluarkan bank baik di sisi penghimpunan dana maupun penyaluran dana serta pelayanan jasa bank yang sesuai dengan prinsip syariah, tidak termasuk produk lembaga keuangan bukan bank yang dipasarkan oleh bank sebagai agen pemasaran.³²

2. Minat Menabung

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk melaksanakan perencanaan sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan yang mungkin saja akan terjadi di masa yang akan datang tanpa kita pikirkan sebelumnya. Bukan hal yang mudah untuk mengajak seseorang untuk menabung pada bank syariah, hal tersebut juga dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satu

³²Sulaeman Jajuli. *Produk Pendanaan Bank Syari'ah*. Ed. 1, Cet. 1. (Yogyakarta: Deepublish, Desember 2015), h. 183

diantaranya yaitu adanya keinginan dari diri orang itu sendiri atau biasa juga dikenal dengan minat.

a. Pengertian Minat Menabung

Minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung dapat diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.³³

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat merupakan suatu bentuk dari perhatian, kesukaan, kesenangan maupun ketertarikan (kecocokan hati) kepada sesuatu ataupun keinginan terhadap sesuatu.³⁴ Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang.

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan.³⁵ Sedangkan menurut istilah adalah suatu perangkat

³³Kotler and Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*., h.12

³⁴Anton M. Moeliono and Dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1999). h. 225

³⁵WJS. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1982), h.650

mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.³⁶

Minat dapat direalisasikan dengan cara mengarahkan potensi yang ada menuju tanggapan seseorang terhadap bidang tertentu. Tanggapan tersebut dapat berupa reaksi internal maupun eksternal. Minat akan muncul jika kita memiliki bentuk pilihan atau pandangan terhadap suatu hal atau objek yang dapat dijangkau indera maupun yang terlahir dari pikiran-pikiran individual.³⁷

Minat merupakan motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran memiliki kecenderungan untuk bergerak dan menganalisis secara rasional, dan perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Pikiran memiliki akal yang berfungsi sebagai pengingat, sedang perasaan dalam koordinasi yang harmonis agar sesuatu yang dikehendaki dapat diatur dengan sebaik-baiknya.³⁸

³⁶Andi Mappiare, *Psikologi Remaja* (Surabaya: Usaha Nasional, 1997). h. 62

³⁷Daniel Ortega dan Anas Alhifni, 'Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah', *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah Volume 5, Nomor 1*, 5 (2017), h. 87–98.

³⁸Sukanto M.M, *Nafsiologi* (Jakarta: Integritas Press, 1985), h. 120

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, antara lain:³⁹

a) Dorongan dari dalam Individu;

Suatu dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang untuk memenuhi kebutuhannya.

b) Motif Sosial;

Faktor yang membangkitkan minat/keinginan seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu dipengaruhi oleh sosial disekitarnya.

c) Faktor Emosional;

Minat mempunyai hubunganyang erat dengan emosi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu juga minat dapat dipengaruhi karena adanya faktor eksternal dan faktor internal.

Adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi minat menabung, yaitu:⁴⁰

a) Kebudayaan; kebiasaan yang biasa ditanamkan oleh lingkungan sekitar, misalnya guru yang mengarahkan anak didiknya untuk rajin menabung.

³⁹Abdul Rahman Shaleh and Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)* (Jakarta: Kencana, 2004), h. 264

⁴⁰Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, h. 267

- b) Keluarga; orang tua yang rajin menabung secara tidak langsung akan menjadi contoh bagi anak-anaknya.
- c) Sikap dan Kepercayaan; seseorang akan merasa lebih aman dalam mempersiapkan masa depannya jika ia memiliki perencanaan yang matang, termasuk dalam segi finansialnya.
- d) Motif Sosial; kebutuhan seseorang untuk lebih maju agar dapat diterima oleh lingkungannya dapat ditempuh melalui pendidikan, penampilan fisik, yang kesemuanya membutuhkan biaya yang akan lebih mudah dipenuhi bila ia menabung.
- e) Motivasi; rencana-rencana mengenai kebutuhan-kebutuhan dimasa mendatang dapat mendorong seseorang untuk menabung.

Sukardi dan Anrawi berpendapat bahwa minat menabung pada pokoknya menyangkut dua hal, yakni:⁴¹

- a) Masalah kemampuan untuk menabung yang ditentukan oleh selisih antara pendapatan dan pengeluaran yang dilakukan. Karena sebagian besar orang memiliki pengeluaran yang jauh lebih besar dibanding pendapatannya. Namun, apabila pendapatan lebih besar dari pengeluaran dapat dikatakan mempunyai kemampuan untuk menabung.

⁴¹Sukardi and Anrawi, *Manfaat Menabung Dalam Tabanas Dan Taska* (Jakarta: Balai Aksara, 1984). h.75

- b) Masalah kesediaan untuk menabung sebab setiap individu pada umumnya mempunyai kecenderungan menggunakan seluruh pendapatannya untuk memenuhi kebutuhannya. Karena ada kecenderungan tersebut, maka kemampuan menabung tidak secara otomatis diikuti dengan kesediaan menabung.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa minat menabung masyarakat pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu; faktor individual, faktor sosial, faktor kemampuan dan faktor kesediaan.

c. Proses Minat Menabung

Untuk mengetahui tingkat ketertarikan atau minat masyarakat memiliki beberapa proses hingga akhirnya masyarakat berminat hingga akhirnya masyarakat berminat hingga memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Ada beberapa tahapan minat antara lain;

- a) Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah;
- b) Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah;
- c) Keputusan menjadi nasabah.

Proses tersebut diawali dengan pengenalan kebutuhan oleh masyarakat, diikuti dengan pencarian informasi, evaluasi alternatif.⁴²

⁴²Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).

a) Mengenal Kebutuhan

Proses minat pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal dan eksternal.

b) Mencari Informasi

Masyarakat yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak.

c) Evaluasi alternatif

Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan, dan model-model yang terbaru memandang proses evaluasi masyarakat sebagai proses yang berorientasi kognitif. Model tersebut menganggap masyarakat membentuk penilaian atas produk dengan sangat sadar dan rasional.

d. Macam-Macam Minat

Minat menggunakan (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai probabilitas subjektif seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu.⁴³ Minat menjadi nasabah dapat diartikan sebagai keinginan yang memungkinkan seseorang untuk menjadi nasabah suatu penyedia jasa. Berdasarkan pernyataan tersebut, minat dapat diuraikan dalam beberapa macam, diantaranya:⁴⁴

a) Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan

⁴³Yi et al. Understanding Information Technology Acceptance by Individual Professional: toward an Integrative View. *Information & Management*, 2006. h. 350-363. Available from <http://www.sciencedirect.com>

⁴⁴Sukanto M.M. *Nafsiologi*, h. 116-119

biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan.

Sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena proses belajar.

- b) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik merupakan minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat asli atau minat yang lebih mendasar. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

- c) Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu:

1) *Expressed Interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan semua kegiatan, baik yang disenangi maupun yang paling tidak disenangi.

2) *Manifest interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobinya.

3) *Tested Interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes obyektif yang diberikan.

4) *Inventoried Interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara menggunakan alat-alat yang sudah distandarkan, yakni bersisi pertanyaan-pertanyaan kepada subyek.

Semua minat mempunyai dua aspek yaitu; pertama, adalah aspek kognitif didasarkan pada konsep yang dikembangkan seseorang mengenai bidang yang berkaitan dengan manusia. Sedang aspek afektif atau bakat emosional adalah aspek yang berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang penting misal orang tua, guru dan teman sebaya terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut.

Menurut Ferdinand (2002), minat beli dapat didefinisikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:⁴⁵

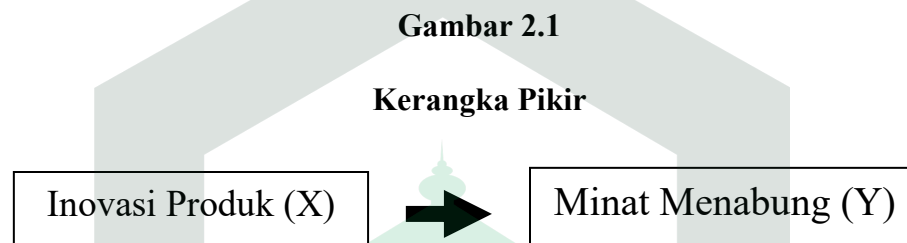
- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif produk tersebut.⁴⁶

⁴⁵Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen*, h. 129

Definisi diatas dapat memberikan gambaran bahwa minat menabung merupakan keinginan yang datang dari diri sendiri untuk melakukan penyimpanan harta dalam bentuk uang atau benda berharga lainnya pada bank dengan tujuan tertentu.

C. Kerangka Pikir

Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Dari gambar kerangka pikir dalam penelitian ini, inovasi produk sebagai variabel bebasnya (independen) akan memberikan pengaruh atau yang menjadi sebab dari variabel terikatnya (dependen) yaitu minat menabung. Jadi diharapkan dengan penelitian ini maka akan mencapai suatu tujuan yang dimana akan mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap minat menabung masyarakat pada kelurahan Benteng kota Palopo.

⁴⁶Alvin Yeremia Effendy and Yohanes Sondang Kunto, 'Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari', *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*, Vol.1 (2013).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, dengan meneliti populasi atau sampel tertentu, pada umumnya teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

B. Lokasi Penelitian

Dalam menentukan lokasi penelitian, penulis memilih Kelurahan Benteng Kota Palopo.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian,²Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kelurahan Benteng kota Palopo dengan jumlah penduduknya sebanyak 6183 jiwa. *Sampling* adalah suatu teknik yang dilakukan oleh penulis dalam mengambil dan menentukan sampel penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dimana pengambilan sampel dalam hal ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya pihak yang

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), h.18.

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Revisi VI (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 130.

memilikinya, atau mereka memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti.³ Jadi sampel yang diambil tidak secara acak, tetapi ditentukan oleh peneliti itu sendiri. Sampel berguna untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian karena penggunaan sampel dapat meminimalisir penggunaan biaya dan mempersingkat waktu penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teknik dari Slovin. Adapun rumus penentuan sampel yang digunakan sebagai berikut:⁴

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

N = Besar/Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e = Batas Toleransi Kesalahan (10%)

$$n = \frac{6183}{1 + 6183 \times (10\%)^2}$$

$$= \frac{6183}{1 + 6183 \times (0.1)^2}$$

$$= \frac{6183}{1 + 6183 \times 0.01}$$

$$= \frac{6183}{1 + 61,83}$$

$$= \frac{6183}{62,83}$$

$$= 98,4084036$$

$$= 98$$

atau dapat dibulatkan menjadi

$$= 100$$

³Uma Sekaran and Roger Bougie, *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan - Keahlian*, ed. by John Wiley and Sons, 6; Book 2 (Jakarta: Salemba Empat, 2017), h.67.

⁴Uma Sekaran and Roger Bougie, *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan - Keahlian*, h.85.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi atau biasa juga disebut dengan data primer (*primary data*).⁵ Dalam penelitian ini, data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada responden yang diisi oleh masyarakat kelurahan Benteng kota Palopo.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara dan aturan yang telah ada dari berbagai sumber, namun dalam penelitian ini teknik atau metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner (*questionnaire*) atau biasa juga disebut dengan angket.

Kuesioner (*questionnaire*) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas.⁶

F. Instrumen Penelitian

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan survei penelitian. Pengukuran adalah penggunaan angka-angka atau simbol lain untuk mencirikan (mengatribusikan) objek berdasarkan sekumpulan aturan yang telah ditentukan

⁵Uma Sekaran and Roger Bougie, *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan - Keahlian*, ed. by John Wiley and Sons, 6; Book 1 (Jakarta: Salemba Empat, 2017), h. 130.

⁶Sekaran and Bougie, *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan - Keahlian*, h.170.

sebelumnya.⁷ Dalam pengumpulan data penelitian yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung lokasi penelitian ini dilakukan teknik pengumpulan data dengan survei.

Penelitian survei merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur/sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan terstruktur/sistematis tersebut dikenal dengan istilah kuesioner. Khusus untuk data-data yang dikumpulkan dengan angket/kuesioner dihitung dengan teknik *scoring* skala yang pengukurannya sebagai berikut:

- a. Untuk sangat tidak setuju diberi skor 1
- b. Untuk tidak setuju diberi skor 2
- c. Untuk ragu-ragu diberi skor 3
- d. Untuk setuju diberi skor 4
- e. Untuk sangat setuju diberi skor 5⁸

Angka 1-5 berdasarkan item yang favorable dan unfavorable. Untuk item yang favorable jawaban SS = 5, S = 4, N = 3, TS = 2, STS = 1 Untuk item yang unfavorable jawaban STS = 5, TS = 4, N = 3, S = 2, SS = 1.

⁷Sekaran and Bougie, *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan - Keahlian*, h. 18.

⁸Uma Sekaran, *Research Methods for Business*, ed. by John Wiley, 4th edn (Jakarta: Salemba Empat, 2015), h.32.

Tabel. 3.1

Interval Penilaian Pernyataan Favorable dan Unfavorable

NO	Item Pernyataan	NILAI				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Favorable	1	2	3	4	5
2.	Unfavorable	5	4	3	2	1

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah:

1) Uji Instrumen

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁹ Dan yang dimaksud fenomena dalam hal ini yaitu semua variabel penelitian.

a. Uji Validitas

Dalam penelitian uji validitas digunakan untuk menguji dan mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket peneliti gunakan untuk mendapatkan data dari responden. Sehingga dengan demikian uji validitas berguna untuk mengetahui kevalidan data yang diperoleh, apabila data tersebut valid maka akan dilanjutkan ke uji selanjutnya dan sebaliknya jika data tersebut tidak valid maka tidak bisa diolah ke tahap selanjutnya.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*).

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 102.

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Adapun dalam penelitian ini standar validitas yang digunakan yaitu $> 0,3$, sehingga jika pernyataan memiliki nilai $> 0,3$ maka butir pernyataan dianggap valid.¹⁰

Adapun uji validitas kuesioner peneliti yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas untuk Variabel Inovasi Produk (X)

No	Butir Soal	Perbandingan		Keterangan
		r Hitung	r Tabel	
1	Perubahan desain_1	0.555	0.197	VALID
2	Perubahan desain_2	0.566	0.197	VALID
3	Perubahan desain_3	0.526	0.197	VALID
4	Perubahan desain_4	0.332	0.197	VALID
5	Inovasi teknis_5	0.611	0.197	VALID
6	Inovasi teknis_6	0.690	0.197	VALID
7	Inovasi teknis_7	0.544	0.197	VALID
8	Pengembangan Produk_8	0.673	0.197	VALID
9	Pengembangan Produk_9	0.587	0.197	VALID
10	Pengembangan Produk_10	0.602	0.197	VALID

Sumber : Data Primer Hasil olah Data SPSS Versi 22

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas untuk Variabel Minat Menabung (Y)

No	Butir Soal	Perbandingan		Keterangan
		r Hitung	r Tabel	
1	Transaksional_1	0.714	0.197	VALID
2	Transaksional_2	0.637	0.197	VALID
3	Transaksional_3	0.548	0.197	VALID

¹⁰Riduwan and Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2009), h.53.

4	Referensi_4	0.685	0.197	VALID
5	Referensi_5	0.529	0.197	VALID
6	Preferensial_6	0.649	0.197	VALID
7	Preferensial_7	0.577	0.197	VALID
8	Eksplorasi_8	0.586	0.197	VALID
9	Eksplorasi_9	0.606	0.197	VALID
10	Eksplorasi_10	0.386	0.197	VALID

Sumber : Data Primer Hasil olah Data SPSS Versi 22

Untuk lebih jelasnya uji validitas dapat dilihat dari hasil uji dengan menggunakan spss dengan melihat total statistic scale sebagai berikut:

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas dengan Statistic Scale untuk Variabel Inovasi Produk

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Perubahan desain_1	70.03	59.343	.479	.717
Perubahan desain_2	69.86	59.354	.493	.717
Perubahan desain_3	69.71	60.935	.464	.723
Perubahan desain_4	70.09	62.628	.347	.736
Inovasi teknis_5	69.81	60.337	.560	.718
Inovasi teknis_6	69.77	58.502	.639	.709
Inovasi teknis_7	69.78	60.517	.480	.721
Pengembangan Produk_8	69.68	59.088	.623	.712
Pengembangan Produk_9	69.92	59.185	.518	.715
Pengembangan Produk_10	69.98	60.101	.546	.718

Sumber : Data Primer Hasil olah Data SPSS Versi 22

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas dengan Statistic Scale untuk Variabel Minat Menabung

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Transaksional_1	71.18	77.886	.671	.717
Transaksional_2	71.36	78.334	.580	.721
Transaksional_3	71.43	79.945	.484	.728
Referensi_4	71.35	79.482	.645	.723
Referensi_5	71.38	79.389	.454	.728

Preferensial 6	71.39	79.271	.601	.723
Preferensial 7	71.52	80.293	.522	.728
Eksplorasi 8	71.58	78.468	.517	.723
Eksplorasi 9	71.82	77.907	.538	.721
Eksplorasi 10	71.01	83.121	.323	.740

Sumber : Data Primer Hasil olah Data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel di atas, untuk menilai validitas item maka dibandingkan dengan r_{tabel} pada $Df = 100-2 = 98$, r_{tabel} pada $Df 98$ dengan probabilitas 0,05 dan nilai r_{hitung} harus $> r_{\text{tabel}} 0,3$ sehingga item dapat dikatakan valid dan jika $< r_{\text{tabel}} 0,3$ maka item dinyatakan tidak valid. Namun nilai pada kolom *corrected item total correlation* $> r_{\text{table}} 0,3$ sehingga item tersebut dikatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai $\alpha > 0,6$. Instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrumen yang tidak *realible*/konsisten¹¹

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, h. 121.

Kategori koefisien reliabilitas adalah sebagai berikut:

0,80 - 1,00 : Reabilitas Sangat Tinggi

0,60 - 0,80 : Reabilitas Tinggi

0,40 - 0,60 : Reabilitas Sedang

0,20 - 0,40 : Reabilitas Rendah

Adapun hasil uji reliabilitas kuesioner peneliti yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Inovasi Produk (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	11

Sumber : Data Primer diolah Menggunakan SPSS Versi 22

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Minat Menabung (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	11

Sumber : Data Primer diolah Menggunakan SPSS Versi 22

Dari kedua tabel reliabilitas diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha*(α) dari variabel inovasi produk (X) yaitu 0,739 dan variabel minat menabung (Y) yaitu 0,745, sedangkan data dapat dikatakan reliabel jika $\alpha > 0,6$. Oleh karena itu berdasarkan hasil yang diperoleh dapat kita simpulkan bahwa data dari kedua variabel tersebut *reliabel*.

2) Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear dapat dikatakan sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut dengan asumsi

klasik. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi yaitu residual distribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, tidak adanya heteroskedastisitas, dan tidak adanya autokorelasi pada model regresi. Untuk regresi linear sederhana tidak ada asumsi klasik multikolinearitas karena hanya ada satu variabel independen.¹²

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai terdistribusi secara normal.¹³

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kesalahan dimana model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁴

c. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah uji data untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linier antar dua variabel secara signifikan. Uji ini juga sebagai prasyarat dalam analisis korelasi dan regresi linier. Dua

¹²Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20* (Yogyakarta: Andi, 2012), h.143.

¹³Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, h.144.

¹⁴Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, h.158.

variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang linier apabila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.¹⁵

3) Uji Hipotesis

Untuk menguji apakah ada pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent, maka dapat dilakukan dengan uji t dan uji koefisien regresi.

a. Uji t

Uji t digunakan sebelum koefisien korelasi yang kemudian hasilnya akan didapatkan suatu kesimpulan, dengan rumus:¹⁶

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Dimana:

r = korelasi

t = nilai koefisien korelasi dengan derajat bebas (*dk*) = n-2

n = jumlah sampel

Hasil dari Uji ini nantinya akan dibandingkan dengan tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat signifikan (α) dan derajat kebebasan n-2.

Hipotesis yang telah ditetapkan tersebut akan di uji berdasarkan daerah penolakan yang ditetapkan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a diterima

¹⁵Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, h.140.

¹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016),

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y maka digunakan koefisien determinasi (KD) atau biasa juga dikenal dengan *square*(R^2) yang merupakan koefisien yang biasanya dinyatakan dengan persentase (%). Namun sebelum mengetahui R^2 terlebih dahulu kita mencari koefisien korelasinya untuk lebih memudahkan pengelolaan data akan dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *software Statistical Product and Service Solutions (SPSS) 22 for window*.

4) Uji Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependent (terikat) dapat diprediksikan/diramalkan melalui variabel independent (bebas) secara tunggal.

Regresi menggunakan rumus:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y= variabel terikat (nilai yg diprediksikan)

X= variabel bebas

a = konstanta harga Y jika X = 0

b = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

e = Epilison (*standard error*)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Letak Geografi Kota Palopo

Kota palopo secara geografis terletak antara $2^{\circ}53'15''$ - $3^{\circ}04'08''$ Lintang selatan dan $120^{\circ}03'10''$ - $120^{\circ}14'34''$ Bujur Timur. Kota Palopo yang merupakan daerah otonomi kedua terakhir dari empat daerah otonom di Tanah Luwu, dimana di sebelah utara perbatasan dengan Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu, di sebelah Timur dengan Teluk Bone, di sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Bua Kabupaten Luwu sedangkan di sebelah Barat dengan kecamatan Tondon Nanggala Kabupaten Tana Toraja.

Posisi strategis ini memberikan keuntungan sekaligus memberikan kerugian secara ekonomis karena menerima beban bagi arus lalu lintas yang ada.

Luas wilayah administrasi Kota Palopo sekitar 247,52 kilometer persegi atau sama dengan 0,39 persen dari luas wilayah provinsi Sulawesi Selatan. Secara administratif Kota Palopo terbagi menjadi 9 kecamatan dan 48 kelurahan. Sebagian besar wilayah Kota Palopo merupakan dataran rendah, sesuai dengan keberadaannya sebagai daerah yang terletak di pesisir pantai. Dari luas kota Palopo sekitar 62,00 persen dataran rendah dengan ketinggian 0-500 meter dari permukaan laut, 24,00 persen terletak pada ketinggian 501-1000 meter dan sekitar 14,00 persen terletak diatas ketinggian lebih dari 1000 meter.

2. Sejarah Kelurahan Benteng

Kelurahan Benteng merupakan salah satu dari kelurahan yang ada di kecamatan Wara Timur kota Palopo. Sebelum menjadi kelurahan benteng wilayah ini masih termasuk dalam kelurahan Malatunrung yang kemudian setelah terjadi pemekaran, kelurahan Malatunrung di pecah menjadi beberapa bagian yang salah satunya menjadi kelurahan Benteng. Berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) kota Palopo nomor 03 Tahun 2005 pemerintah kota Palopo yang saat itu di pimpin oleh bapak Drs. H.P.A. Tendriandjeng, M.Si. dengan resmi menetapkan kelurahan Benteng sebagai salah satu kelurahan yang ada di kecamatan Wara Timur kota Palopo tepatnya pada hari Jumat, 19 Mei 2006.

3. Visi dan Misi Kelurahan Benteng

a. Visi

Visi kelurahan Benteng merupakan gambaran kesuksesan yang ingin dicapai dalam jangka waktu beberapa tahun kedepan dengan memperhatikan dinamika lingkungan strategis, aspirasi masyarakat dan pemerintah kelurahan Benteng, serta visi misi yang ingin dicapai Kepala Kelurahan yang menjabat pada saat itu. Untuk itu visi kelurahan Benteng adalah:

“TERWUJUDNYA KELURAHAN BENTENG MENJADI KAWASAN PEMUKIMAN YANG LAYAK HIDUP SEHAT DAN SEJAHTERA DI TAHUN 2021”

b. Misi

Selain penyusunan visi juga telah ditetapkan misi-misi yang memuat suatu pernyataan yang harus dilaksanakan dalam rangka pencapaian visi Kelurahan

tersebut. Visi berada di atas misi. Pernyataan visi kemudian dijabarkan dalam misi agar dapat diimplementasikan/dikerjakan. Sebagaimana penyusunan visi, misi dalam penyusunannya menggunakan pendekatan partisipatif dan pertimbangan potensi dan kebutuhan kelurahan Benteng sebagaimana proses yang dilakukan, maka misi kelurahan Benteng antara lain:

- 1) Menjadikan kelurahan Benteng bebas dari banjir.
 - 2) Membudayakan sikap gotong royong.
 - 3) Membiasakan masyarakat hidup sehat.
 - 4) Menyadarkan masyarakat agar sadar terhadap lingkungan bersih.
 - 5) Meningkatkan sarana dan prasarana infrastruktur.
 - 6) Mewujudkan pemukiman yang layak huni.
 - 7) Mewujudkan kelurahan Benteng sebagai tujuan wisata pantai.
4. Pembagian Wilayah Kelurahan dan Jumlah Penduduk
- Penduduk kelurahan Benteng terbagi dalam suku/etnis antara lain: Bugis, Jawa, dan Luwu. Agama yang dianut adalah agama Islam, Kristen dan Hindu. Oleh karena itu masyarakat sekitar memiliki kebiasaan yang berbeda, namun karena di dominasi oleh penduduk yang beragama Islam, maka penduduk sekitar memiliki kebiasaan layaknya muslim pada umumnya.

Kelurahan Benteng mempunyai jumlah penduduk terdiri dari 6.183 jiwa, dengan laki-laki sebanyak 3.015 orang dan perempuan sebanyak 3.168 orang. Berikut gambaran kelurahan benteng berdasarkan peta wilayah.

Gambar 4.1

Peta Administrasi Kelurahan Benteng Kecamatan Wara Timur Kota Palopo



B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, usia dan pendidikan. Lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Dari data yang masuk dapat terlihat bahwa responden yang mengisi kuesioner paling banyak berjenis kelamin perempuan dibandingkan berjenis kelamin laki-laki. Tabel berikut menggambarkan data jenis kelamin responden dari hasil kuesioner.

TABEL 4.1**Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	48	48
Perempuan	52	52
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa 48% responden yang menjawab kuesioner adalah berjenis kelamin laki-laki dan sisanya sebesar 52% berjenis kelamin perempuan. Kondisi ini menunjukkan peneliti lebih banyak menemui atau menjadikan perempuan sebagai respondennya. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa perempuan lebih mendominasi pada kelurahan Benteng kota Palopo.

2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia seseorang sangat berpengaruh terhadap aktivitasnya dalam memenuhi kebutuhannya. Sesuai hasil penelitian dengan menggunakan kuesioner dengan teori Prof. Koesoemanto dimana klasifikasi umur digolongkan menjadi usia dewasa muda (18-25 tahun), usia dewasa tua (26-65 tahun) dan lanjut usia (> 65).¹ Berikut data usia yang berhasil diperoleh oleh peneliti berdasarkan kuesioner yang telah tersebar:

¹<http://digilib.unila.ac.id/8472/17/BAB%20III.pdf> diakses pada 22 juni 2019

TABEL 4.2**Karakteristik Responden berdasarkan Usia.**

Kelompok usia (Tahun)	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
18 – 25	62	62
26 - 65	36	36
> 65	2	2
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer

Tabel 4.2 Menunjukkan bahwa sebanyak 62 responden (62%) berumur 18-25 tahun, responden yang berusia 26-65 tahun sebanyak 36 responden (36%). Dan selanjutnya responden berusia > 65 tahun sebanyak 2 responden (2%). Dengan demikian, maka dapat diketahui bahwa responden yang bertempat tinggal di kelurahan Benteng kota Palopo lebih didominasi oleh masyarakat yang telah memasuki usia dewasa tua sesuai pengelompokan usia berdasarkan teori yang telah ditentukan sebelumnya.

3. Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Kemampuan seseorang dalam melaksanakan tugas yang diemban tidak terlepas dari tingkat pendidikan yang dimilikinya. Dari tabel berikut ini, dapat dilihat distribusi masyarakat kelurahan Benteng kota Palopo berdasarkan tingkat pendidikan terakhirnya:

Tabel 4.3**Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.**

Tingkat pendidikan terakhir	Responden (orang)	
	Jumlah	Persentase (%)
SD/SMP/MTs/Sederajat	1	1
SMA/SMK/MA/Sederajat	72	72
D3/S1/S2	27	27
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer

Data pada tabel 4.3 tersebut menunjukkan tingkat pendidikan terakhir responden untuk SD/SMP/MTs/Sederajat sebanyak 1 orang (1%). Selanjutnya responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK/MA/Sederajat sebanyak 72 orang (72%) dan responden dengan pendidikan terakhir D3/S1/S2 sebanyak 27 orang (27%). Dari hasil data yang diperoleh maka dapat diketahui bahwa responden lebih didominasi oleh masyarakat dengan pendidikan terakhir SMA/SMK/MA/Sederajat. Maka dari itu responden memiliki pendidikan yang baik untuk menjawab kuesioner yang diberikan.

4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Dari tabel berikut ini, dapat dilihat distribusi masyarakat Kelurahan Benteng kota Palopo berdasarkan jenis pekerjaan:

Tabel 4.4

Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.

Jenis pekerjaan	Responden (orang)	
	Jumlah	Persentase (%)
Pedagang	6	6
TNI/POLRI	1	1
IRT	9	9
Pensiunan	4	4
PNS	10	10
Wiraswasta	8	8
Pelajar/Mahasiswa	51	51
Lain-lain	11	11
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer

Data pada tabel 4.4 tersebut menunjukkan klasifikasi berdasarkan jenis pekerjaan responden yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti yaitu responden yang bekerja sebagai Pedagang sebanyak 6 orang (6%), TNI/POLRI ada 1 orang (1%), Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 9 orang (9%), Pensiun sebanyak 4 orang (4%), Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 10 orang (10%), Wiraswasta sebanyak 8 orang (8%), Pelajar/Mahasiswa sebesar 51 orang (51%) dan adapun pekerjaan Lain-lain karena terdapat pekerjaan yang tidak dapat dicantumkan dalam kuesioner oleh peneliti berdasarkan beberapa pertimbangan yang kemudian berinisiatif untuk mencantumkan pekerjaan lain-lain dan berhasil mengumpulkan sebanyak 11 orang (11%) dari responden

yang diteliti. Dari hasil data yang berhasil diperoleh oleh peneliti, bahwa responden memiliki pekerjaan yang beraneka ragam sesuai status dan kemampuan yang mereka miliki, dan dari data tersebut responden didominasi oleh masyarakat yang masih berstatus Pelajar/Mahasiswa.

5. Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan

Dari tabel berikut ini, dapat dilihat distribusi masyarakat kelurahan Benteng kota Palopo berdasarkan tingkat pendapatan:

Tabel 4.5

Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan.

Tingkat pendapatan (Rupiah per Bulan)	Responden (orang)	
	Jumlah	Persentase (%)
< 2.500.000	77	77
2.600.000 – 3.500.000	8	8
3.600.000 – 5.000.000	11	11
> 5.000.000	4	4
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer

Data pada tabel 4.5 tersebut menunjukkan tingkat pendapatan responden untuk yang berpendapatan < Rp.2.500.000,-per bulan sebanyak 77 orang (77%). Kemudian responden dengan pendapatan antara Rp.2.600.000,- s.d Rp.3.500.000,- per bulan sebanyak 8 orang (8%). Responden dengan pendapatan antara Rp.3.600.000,- s.d Rp.5.000.000,- per bulan sebanyak 11 orang (11%). Selanjutnya responden dengan pendapatan >Rp.5.000.000,- per bulan sebanyak 4 orang (4%). Dari hasil data yang diperoleh maka dapat diketahui bahwa

Masyarakat kelurahan Benteng Kota Palopo lebih didominasi oleh masyarakat yang memiliki pendapatan atau penghasilan di bawah ($<$) Rp.2.500.000,- per bulan. Maka dari itu responden memiliki pendidikan yang baik untuk menjawab kuesioner yang diberikan.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.55537668
	Absolute	.048
Most Extreme Differences	Positive	.048
	Negative	-.039
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Primer diolah Menggunakan SPSS versi 22

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov Smornov* didapatkan hasil signifikansi sebesar 0,200 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau ($0,200 > 0,05$). Sehingga dapat

disimpulkan bahwa uji test normalitas pada penelitian ini adalah terdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.7

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.573	1.992		1.793	.076
Inovasi Produk	-.021	.054	-.039	-.389	.698

a. Dependent Variable: ABRES

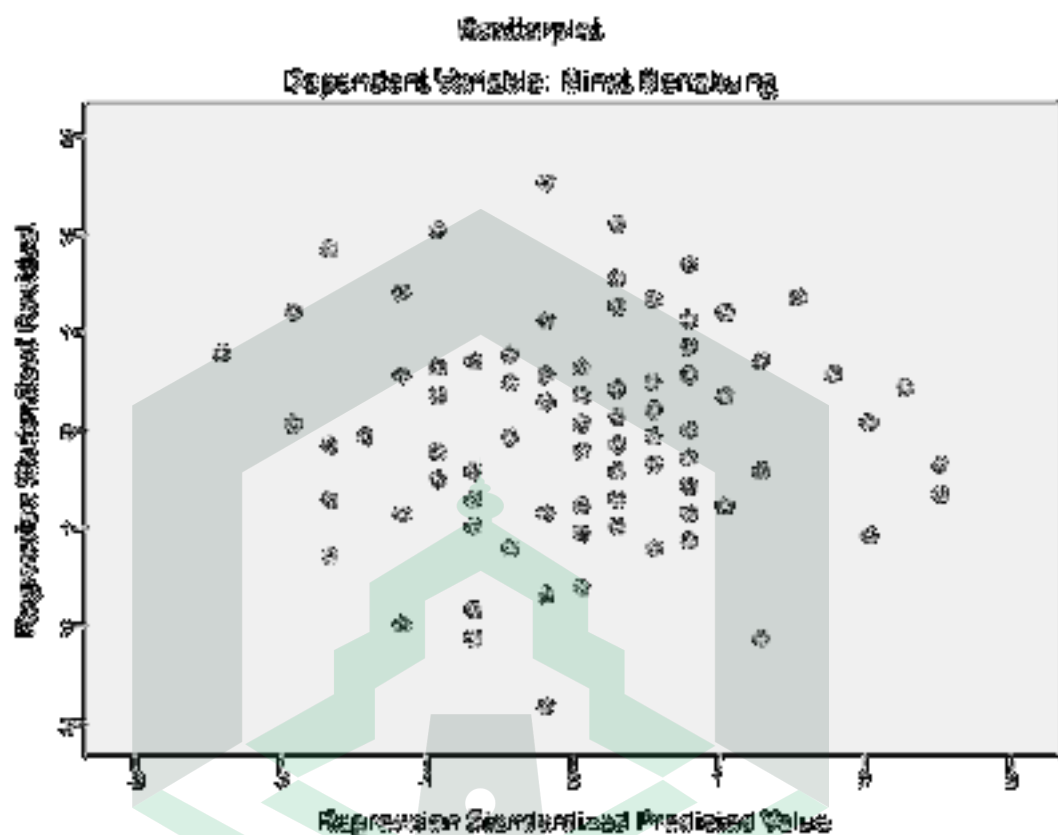
Sumber : Data Primer diolah Menggunakan SPSS Versi 2

Untuk memaknai hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser*, maka kita cukup melihat tabel output “*Coefficients*” dengan variabel ABRES berperan sebagai variabel dependent. Berdasarkan output di atas dapat diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Inovasi Produk (X) adalah 0,698. Karena nilai signifikansi variabel tersebut lebih besar dari 0,05 atau ($0,698 > 0,05$) sehingga Inovasi Produk (X) tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Adapun cara lain untuk membuktikan bahwa data output tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, yaitu dengan gambar *scatterplot*, sebagai berikut:

Gambar 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer diolah Menggunakan SPSS Versi 22

Berdasarkan output scatterplot tadi dapat diketahui bahwa:

- Titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
- Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
- Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.

c. Uji Linieritas

Tabel 4.8

Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menabung * Inovasi Produk	Between Groups	(Combined)	1099.041	19	57.844	4.336	.000
		Linearity	914.930	1	914.930	68.578	.000
		Deviation from Linearity	184.111	18	10.228	.767	.731
	Within Groups		1067.319	80	13.341		
	Total		2166.360	99			

Dari hasil uji linearitas tersebut dapat kita lihat dari *anovatable* diatas, berdasarkan hasil tabel tersebut, ada dua hasil yang dapat kita lihat untuk mengetahui apakah data tersebut linear atau tidak. Pertama adalah kolom Linearity dan kolom Deviation from Linearity. Jika nilai signifikan pada kolom linearity lebih kecil dari 0,05 (Sig. < 0,05) maka model linier cocok diterapkan pada hubungan model tersebut. Hal berbeda pada kolom Deviation from Linearity jika signifikan pada kolom Deviation from Linearity lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05) maka data tersebut dapat dikatakan berhubungan secara linier.

Data tersebut menunjukkan bahwa hubungan antar variabel telah memenuhi asumsi linier atau berada pada satu garis lurus, karena signifikansi pada kolom Deviation from Linearity sebesar 0,731 maka lebih besar dari 0,05 ($0,731 > 0,05$)

dan asumsi tersebut semakin diperkuat dengan hasil signifikansi pada kolom Linearity sebesar 0,000 maka lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

2. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.9

Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.080	3.268		3.084	.003
Inovasi Produk	.748	.088	.650	8.465	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber : Data Primer diolah Menggunakan SPSS Versi 22

Dari hasil uji parsial (uji-t) tersebut jika dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil dari output “Coefficients” didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 8,465 dan t_{tabel} sebesar 1,984 atau $8,465 > 1,984$ dan nilai signifikan inovasi produk $0,000 < 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Sehingga dapat diartikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Namun untuk lebih mengetahui seberapa besar pengaruh setiap indikator pada variabel Inovasi Produk (X) mempengaruhi variabel Minat Menabung (Y) dapat kita uji dengan uji parsial (Uji-t) pada tabel berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Parsial (Uji-t) Indikator pada Variabel Inovasi Produk

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.648	3.221		2.995	.003
	Perubahan Desain	.767	.191	.326	4.003	.000
	Inovasi Teknis	1.242	.250	.435	4.964	.000
	Pengembangan Produk	.258	.239	.094	1.080	.283

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Dari tabel tersebut dapat kita ketahui bahwa indikator dari variabel inovasi produk yang lebih memberikan pengaruh besar pada minat menabung masyarakat dapat kita lihat dari kolom “t”. Dalam tabel tersebut untuk indikator inovasi teknis memiliki nilai tertinggi atau memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel minat menabung, karena $t_{hitung} = 4,964$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,984$ ($t_{hitung} = 4,964 > t_{tabel} = 1,984$).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)**Tabel 4.11****Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)****Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 ^a	.422	.416	3.573

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber : Data Primer diolah Menggunakan SPSS Versi 22

Dari hasil uji koefisien determinasi (*R square*) pada tabel 4.12 tersebut jika dilihat dari output model summary, dapat diketahui nilai koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,422. Besarnya angka koefisien determinasi (*R square*) 0,422 atau sama dengan 42,2%. Angka tersebut mengandung arti bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap minat menabung sebesar 42,2% dimana sisanya sebesar $(100\% - 42,2\% = 57,8)$ atau sebesar 0,578 dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini. Besarnya pengaruh variabel lain ini sering disebut error (ϵ).

Dengan melihat hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap minat menabung.

3. Analisis Regresi Sederhana

Tabel 4.12

Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	10.080	3.268		3.084
	Inovasi Produk	.748	.088	.650	8.465
					.003
					.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber : Data Primer diolah Menggunakan SPSS versi 22

Persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 10,080 + 0,748X$$

Angka-angka ini dapat diartikan sebagai berikut:

- Angka konstanta dari *unstandardized coefficients* dalam kasus ini adalah 10,080. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada inovasi produk (X) maka nilai konsisten minat menabung (Y) adalah sebesar 10,080.
- Koefisien regresi variabel inovasi produk (X) sebesar positif 0,748 jika inovasi produk (X) mengalami kenaikan nilai 1, maka minat menabung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,748. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara inovasi produk dengan minat menabung.

D. Pembahasan

Menabung pada bank syariah masih seringkali membuat masyarakat berpikir dan mempertimbangkannya secara lebih dibanding menabung pada bank konvensional terutama pada masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo. Melalui data primer yang dilakukan oleh peneliti dengan membagikan kuesioner kepada sebagian masyarakat membuat peneliti mengetahui sejauh mana perkembangan bank syariah dikalangan masyarakat sampai saat ini.

Sebagian besar masyarakat terkhusus pada masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo masih belum paham bahkan belum mengenal apa itu dan seperti apa bank syariah yang sebenarnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan pengambilan sampel sebanyak 100 responden dari 6183 populasi melalui pembagian kuesioner yang secara langsung dilakukan oleh peneliti sehingga peneliti dapat mengetahui betapa kurangnya masyarakat yang mengenal bank syariah. Terkait dengan penelitian ini yang meneliti apakah ada pengaruh inovasi produk pada perbankan syariah sehingga masyarakat berminat untuk menabung dan bertransaksi pada bank syariah.

Sukardi dan Anrawi berpendapat bahwa minat menabung pada pokoknya menyangkut dua hal, yakni:²

- a) Masalah kemampuan untuk menabung yang ditentukan oleh selisih antara pendapatan dan pengeluaran yang dilakukan. Karena sebagian besar orang memiliki pengeluaran yang jauh lebih besar dibanding pendapatannya.

²Sukardi and Anrawi. h.75.

Namun, apabila pendapatan lebih besar dari pengeluaran dapat dikatakan mempunyai kemampuan untuk menabung.

- b) Masalah kesediaan untuk menabung sebab setiap individu pada umumnya mempunyai kecenderungan menggunakan seluruh pendapatannya untuk memenuhi kebutuhannya. Karena ada kecenderungan tersebut, maka kemampuan menabung tidak secara otomatis diikuti dengan kesediaan menabung.

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung disebabkan oleh selisih antara pengeluaran yang jauh lebih besar dibandingkan pendapatan. Serta adanya kecenderungan masyarakat untuk menggunakan semua pendapatannya tanpa memperhatikan untuk investasi masa depannya seperti hal nya menabung.

Namun bukan hanya itu ternyata jika lebih diteliti lagi, masih ada faktor lain yang mempengaruhi minat menabung masyarakat seperti beberapa penelitian sebelumnya bahwa produk memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menabung. Hal tersebut dapat diperkuat oleh pendapat berikut:

Menurut Ferdinand (2002), minat menabung dapat didefinisikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:³

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

³Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen*, h. 129

3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif produk tersebut.

Dari teori tersebut sangat jelas bahwa minat menabung seseorang itu sangat dipengaruhi oleh bagaimana produk yang ditawarkan. Apabila produk tersebut menarik, hal tersebut dapat membuat nasabah atau konsumen menggunakan produk tersebut. Bahkan nasabah atau konsumen akan memiliki kecenderungan untuk mencari tahu serta berbagi informasi mengenai produk tersebut. Begitupun sebaliknya jika produk yang ditawarkan oleh suatu instansi/perusahaan kurang menarik maka sebagian besar masyarakat akan berpaling bahkan tidak tahu sama sekali tentang kualitas produk tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa nilai t_{hitung} sebesar 8,465 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,984 ($8,465 > 1,984$) dan nilai signifikansi inovasi produk sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel inovasi produk terhadap minat menabung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hutomo Rusdianto, dan Chanafi Ibrahim dengan judul Pengaruh Produk Bank Syariah terhadap Minat Menabung dengan Persepsi Masyarakat sebagai Variabel Moderating di Pati, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa

produk-produk baik produk yang telah ada maupun produk yang telah berinovasi dalam perbankan syariah memiliki kontribusi besar dan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Pati. Namun berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya oleh Pinta Gustiana Masda yang menyatakan bahwa inovasi produk bukanlah sebagai faktor penting dan tidak berpengaruh terhadap minat beli masyarakat.

Dari penelitian ini peneliti juga menemukan hasil yang cenderung berbeda dibandingkan penelitian sebelumnya. Dimana penelitian ini meneliti secara spesifik melalui indikator yang terdapat dalam inovasi produk itu sendiri, dan dari ketiga indikator yakni; perubahan desain, inovasi teknis, dan pengembangan produk.⁴ Telah ditemukan indikator yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap minat menabung yaitu inovasi teknis. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai t_{hitung} sebesar $4,964 >$ dibandingkan nilai t_{tabel} sebesar $1,984$. Dari hasil tersebut apabila kita hubungkan dengan kenyataan yang terjadi di lokasi penelitian dalam hal ini kelurahan Benteng kota Palopo memanglah benar, sebab masyarakat pada umumnya terkhusus pada masyarakat kelurahan Benteng kota Palopo memang membutuhkan inovasi teknis dalam bertransaksi pada bank syariah. Dalam kajian teori sebelumnya telah dijelaskan bahwa inovasi teknis merupakan perubahan mendasar dari segi teknologi ataupun memperbaiki teknologi pada produk yang sudah ada. Contoh mendasar yaitu persediaan ATM yang berada pada berbagai titik, dengan kelipatan terendah misalkan kelipatan Rp.20.000,- ataupun Rp.50.000,-. Karena di kelurahan benteng sendiri dengan penduduk sebanyak itu

⁴Thomas W. Zimmerer and Norman M. Scarborough, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*, h. 28

persediaan ATM hanya ada 2 saja. Satu ATM BRI dengan kelipatan Rp.100.000,- dan satu lainnya ATM BNI dengan kelipatan Rp.50.000,-. Mengapa saya mengatakan banyak masyarakat yang lebih membutuhkan dan memilih ATM dengan kelipatan kecil. Karena dari berbagai survei yang telah dilakukan masyarakat memang lebih banyak yang mencari ATM dengan kelipatan terkecil. Hal tersebut salah satu dikarenakan karena persediaan uang yang mereka miliki tak seberapa, ataukah mereka hanya ingin menarik uang mereka dengan nominal yang kecil.

Dari penelitian ini inovasi produk memanglah begitu penting serta menjadi hal mendasar bagi masyarakat dalam memilih bank syariah sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangan dalam hal ini menabung. Dengan inovasi produk yang menampilkan inovasi teknis sebagai hal yang memiliki pengaruh lebih besar. Dapat menjadi acuan untuk berbagai instansi perbankan terkhusus perbankan syariah untuk menarik minat menabung masyarakat serta membuat masyarakat simpati bahkan dalam hal kecil setidaknya bank syariah lebih dikenal dikalangan masyarakat pada umumnya juga terkhusus pada masyarakat kelurahan Benteng kota Palopo.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa nilai t hitung sebesar 8,465 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,984 ($t \text{ hitung} = 8,465 > t \text{ tabel} = 1,984$) dan nilai signifikansi inovasi produk sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Dari penelitian ini peneliti juga menyimpulkan bahwa dari inovasi produk terdapat indikator yang lebih mempengaruhi minat menabung masyarakat yaitu inovasi teknis. Hal tersebut dapat diketahui dari hasil t hitung sebesar 4,964 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 ($t \text{ hitung} = 4,964 > t \text{ tabel} = 1,984$). Hasil ini menunjukkan inovasi produk yang dimiliki perbankan syariah memberikan pengaruh kepada masyarakat dalam memilih dan memiliki minat untuk menabung pada bank syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pembaca

Pembaca dapat mengetahui bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat. Jadi, siapapun yang membaca

penelitian ini mereka dapat mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk dalam menentukan pilihan masyarakat dalam memilih perbankan syariah sebagai tempat mereka menabung ataupun melakukan transaksi perbankan lainnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya sebagai referensi data mengenai pengembangan inovasi produk dan minat menabung, peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian seperti ini dengan menggunakan metode kuantitatif untuk melihat mengenai seberapa besar pengaruh yang diberikan inovasi produk terhadap minat yang dimiliki masyarakat untuk menabung pada bank syariah. Hasil penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi pendukung penelitian ini untuk menemukan alasan-alasan lebih lanjut mengenai berpengaruhnya inovasi produk terhadap minat menabung.

3. Bagi Instansi terkait

Hasil penelitian ini telah ditemukan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap minat menabung dan inovasi teknis sebagai indikator yang memiliki pengaruh lebih besar. Diharapkan bagi bank syariah untuk lebih berinovasi dari segi teknis sehingga bank syariah dapat bersaing dan lebih memajukan perekonomian Islam dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ali, Zainuddin. 2007. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika
- Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid. Departemen Agama Republik Indonesia. 2014.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2016. *Bank Syariah: Dari teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2017. *Bank Syariah: Dari teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- As-suyuthi, Jalaluddin. dan Al-mahali, Jalaluddin. 2008. *Tafsir Jalalain*. Pustaka Al-Kautsar.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Ponegoro.
- Gunara, Thorik. 2007. *Marketing Muhammad – Strategi Andal Dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad Saw*. Bandung: Masania Prima.
- Idris, Muhammad. 2016. *Ini Alasan Nasabah Syariah Perbankan Syariah RI Masih Minim*.
- Jajuli, Sulaeman. 2015. *Produk Pendanaan Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Jajuli, Sulaeman. 2015. *Produk Pendanaan Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Deepublish
- Kertajasa, Hermawan. dan Sula, Muhammad Syakir. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip. dan Amstong, Gary. 2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. dan Amstong, Gary. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mappiare, Andi. 1997. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Moeliono, Anton M. dkk. 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Poerwadarminta, WJS. 1982. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi.
- Rogers, Everett M. 2015. *Evolution: Diffusion of Innovations*. *International Encyclopedia of Social & Behavioral Sciences*.
- Sekaran, Uma. 2015. *Research Methods For Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. dan Bougie, Roger. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shaleh, Abdul Rahman. dan Wahab, Muhib Abdul. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukanto, M.M. 1985. *Nafsiologi*. Jakarta: Integritas Press.
- Sukardi dan Anrawi. 1984. *Manfaat Menabung Dalam Tabanas dan Taska*. Jakarta: Balai Aksara.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Traill, W. Bruce. And Meulenberg, Matthew. 2002. *Innovation in the Food Industry – Agribusiness*.

Jurnal

- Alvin Yeremia Effendy and Yohanes Sondang Kunto. 2013. Alvin Yeremia Effendy and Yohanes Sondang Kunto, 'Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*. 1(1)
- Arinaldi, Amri dan Nurdasila Darsono. 2017. Dampak Penguasaan Informasi, Pembelajaran Organisasi, Dan Komitmen Pegawai Terhadap Kemampuan Kerja Serta Implikasinya Pada Peningkatan Kerja Pegawai Kantor Pertahanan Provinsi Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*. 8(1)
- Daniel Ortega dan Anas Alhifni. 2017. Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*. 5(1):87-98.
- Elinawati Susi Mentari Sinurat, Bode Lumanauw, and Ferdy Roring. 2017. Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA*. 5(1)
- Hutomo Rusdianto dan Chanafi Ibrahim. 2016. Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Equilibrium – Jurnal Ekonomi Syariah*. 4(1): 43-61
- Intan Sherlin. 2016. Pengaruh Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Benefita*. 1(3): 105-112
- Pinta Gustiana Masda. 2015. Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh. *Equilibrium – Jurnal Ekonomi Syariah*. 2(1): 25-30
- Roni Andespa. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi Di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*. 2(1): 43-57
- Siyamtinah. 2010. Keragaman Pola Membangun Kapabilitas Inovasi Organisasional Pada Industri Skala Kecil Menengah. *Jurnal Ekonomi*. 11(2)

Vievieta Ary Yatie. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung: Studi Kasus Bank Syariah Di Surabaya. *Equilibrium – Jurnal Ekonomi Syariah*. 5(2): 40-55

Sumber Lain

Yi et al. Understanding Information Technology Acceptance by Individual Professional: toward an Integrative View. *Information & Management*, 2006. h. 350-363. Available from <http://www.sciencedirect.com>.

OJK, *Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah 2017-2019*.
www.Ojk.Go.Id, 2016. 1-82. <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Roadmap-Pengembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia/2017-2019/>

<http://digilib.unila.ac.id/8472/17/BAB%20III.pdf> diakses pada 22 juni 2019

Agustianto. *Inovasi Produk Perbankan Syariah*. Artikel, Perbankan Syariah.
<http://www.agustiantocentre.com/?p=310>.

<http://jagoakuntansi.com/2016/09/10/akad-sharf/>



PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
NOMOR : 643/IP/DPMPTSPV/2019

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan IPTEK;
2. Peraturan Mendagri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Mendagri Nomor 7 Tahun 2014;
3. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 22 Tahun 2016 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : NURUL ULYAH
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Perum. Bumi Permata Benteng II Blok. B 08 Kota Palopo
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 15 0402 0189

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH PADA MASYARAKAT
KELURAHAN BENTENG KOTA PALOPO**

Lokasi Penelitian : KELURAHAN BENTENG KECAMATAN WARA TIMUR KOTA PALOPO
Lamanya Penelitian : 15 Mei 2019 s.d. 15 Juli 2019

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 15 Mei 2019
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

FARID KASIM JS, SH, M.Si
Pangkat : Pembina Tk. I
NIP : 19830309 200312 1 004

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

KUESIONER

Dengan hormat,

Untuk keperluan dalam menyusun skripsi, saya dengan biodata sebagai berikut:

Nama : Nurul Ulyah

NIM : 15.0402.0189

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Berkenan dengan penelitian proposal skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo”**. Saya sangat membutuhkan informasi dari anda untuk menyelesaikan proposal skripsi ini, oleh karena itu, saya mengharapkan bantuan anda untuk mengisi angket ini. Informasi atau data yang diperoleh bersifat rahasia dan hanya akan dipergunakan untuk penelitian ini. Sebelum dan sesudahnya, saya mengucapkan terimakasih atas kesediaan anda untuk membantu dalam pengisian angket ini.

Hormat saya,

Nurul Ulyah

Data Responden

Petunjuk : berilah tanda **checklist** (✓) pada tempat yang disediakan sesuai dengan data diri anda.

Nama :

Usia :

- ☐ 18 - 25 tahun ☐ 26 - 65 tahun ☐ > 65 tahun

Jenis Kelamin :

- ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Pendidikan Terakhir :

- ☐ SD-SMP/MTs ☐ SMA/SMK ☐ D3/S1,S2

Pekerjaan :

- ☐ Pedagang ☐ Buruh/Tani ☐ PNS
☐ TNI/POLRI ☐ Pensiunan ☐ Wiraswasta
☐ IRT ☐ Lain-lain ☐ Pelajar/Mahasiswa

Pendapatan :

- ☐ < Rp 2.500.000 per bulan
☐ Rp 2.600.000 – Rp 3.500.000 per bulan
☐ Rp 3.600.000 – Rp 5.000.000 per bulan
☐ > Rp 5.000.000 per bulan

Pertanyaan Penelitian

Apakah anda memiliki tabungan di bank syariah?

- a. Ya
b. Tidak

Cara Pengisian

1. Bacalah sebaik-baiknya setiap pertanyaan dan setiap alternative jawaban yang diberikan
2. Pilih alternative jawaban yang paling sesuai menurut anda dan berikan tanda (√)
3. Jika terjadi kesalahan pengisian, berikan tanda (x) pada jawaban yang salah tersebut

Keterangan :

1. SS = sangat setuju
2. S = Setuju
3. KS = Kurang Setuju
4. TS = Tidak Setuju
5. STS = Sangat Tidak Setuju

LAMPIRAN

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
A.	INOVASI PRODUK	5	4	3	2	1
1	Produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah belum ada pada perbankan lain					
2	Produk perbankan syariah berbeda dan memiliki daya tarik terhadap para nasabahnya					
3	Produk yang ditawarkan bank syariah memiliki perbedaan dengan perbankan lain					
4	Bank syariah memiliki teknologi peralatan transaksi yang canggih					
5	Bank syariah memiliki produk-produk perbankan yang beragam, menarik, inovatif dan menjawab kebutuhan masyarakat					
6	Bank syariah selalu berbenah diri dan melakukan perbaikan untuk menjaga kualitas produk					

7	Bank syariah selalu meningkatkan kualitas dari produk					
8	Produk perbankan syariah mampu bersaing dengan produk pada perbankan lain					
9	Bank syariah mampu menciptakan produk baru					
10	Bank syariah mampu memodifikasi produk lamanya.					
B.	MINAT MENABUNG					
1	Pengetahuan mengenai prinsip-prinsip perbankan syariah membuat saya berminat menjadi nasabah					
2	Produk yang ditawarkan menarik sehingga saya berminat untuk menabung					
3	Kejelasan bagi hasil (keuntungan) yang diberikan mendorong saya untuk menjadi nasabah pada bank syariah					
4	Saya akan merekomendasikan produk di bank syariah kepada orang lain					
5	Saya akan merekomendasikan kepada keluarga dan teman-teman saya untuk menabung pada bank syariah					
6	Saya ingin menjadi nasabah tetap bank syariah karena produk yang ditawarkan menarik					
7	Saya cenderung loyal kepada bank syariah karena pelayanannya yang memuaskan					
8	Saya selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati pada bank syariah					
9	Saya sering mengikuti perkembangan bank syariah dari tahun ke tahun					
10	Saya merekomendasikan dan berupaya mendukung sifat-sifat positif dari bank syariah					

☺ *Jazaakumullah khairan katsiran* ☺

☺ Terimakasih ☺

Hasil Data Responden Berdasarkan Kuesioner yang telah Dibagikan

No	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	SUM X
1	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	32
2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	35
6	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	38
7	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	43
8	4	2	4	3	3	4	3	4	4	3	34
9	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46
10	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	36
11	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	36
12	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	44
13	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33
14	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	33
15	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	27
16	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
17	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	36
19	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	30
20	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	40
21	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	35
22	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	45
23	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	39
24	3	3	4	4	4	4	4	4	5	2	37
25	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	33
26	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	33
27	3	4	4	4	3	2	2	3	2	2	29
28	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	40
29	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36
30	3	4	4	4	5	5	4	4	3	3	39
31	3	4	3	5	3	3	3	5	5	4	38
32	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	3	5	3	3	4	5	4	4	4	4	39
35	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	45
36	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	42
37	2	3	5	4	5	4	4	4	4	4	39
38	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
39	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	36
40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
41	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37

No	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	SUM Y
1	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	36
2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	43
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
4	5	4	3	5	4	4	5	4	3	5	42
5	4	3	4	3	4	3	3	2	2	4	32
6	4	4	3	3	4	4	4	2	3	4	35
7	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	47
8	4	3	2	4	4	3	2	2	3	2	29
9	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	46
10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
11	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
12	5	5	4	5	5	5	3	4	4	5	45
13	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	36
14	3	2	4	4	4	3	3	4	3	4	34
15	4	2	2	4	4	3	3	3	3	5	33
16	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
17	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	41
18	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	39
19	3	3	4	4	2	3	3	2	2	4	30
20	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	36
21	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	36
22	5	5	4	5	5	5	4	3	3	5	44
23	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
24	4	4	5	3	5	2	4	1	2	4	34
25	3	2	4	4	4	3	3	4	3	4	34
26	4	3	3	3	3	3	4	5	4	5	37
27	4	4	3	4	4	3	4	3	2	5	36
28	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	43
29	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	38
30	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38
31	3	2	4	4	5	5	3	5	2	5	38
32	3	4	4	3	3	3	3	2	2	5	32
33	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
34	5	5	3	4	1	5	3	5	5	3	39
35	5	5	3	5	1	5	3	5	5	3	40
36	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	34
37	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	35
38	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	37
39	3	4	4	3	3	3	3	2	2	4	31
40	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	36
41	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	37

42	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	35
43	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32
44	4	2	4	4	3	3	2	2	3	3	30
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
47	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
48	3	2	4	3	4	5	5	5	4	3	38
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
50	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	41
51	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	38
52	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
53	4	5	4	1	5	4	5	4	1	4	37
54	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	34
55	3	2	4	3	4	5	5	5	4	3	38
56	4	4	4	3	4	4	3	3	2	2	33
57	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	36
58	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
59	4	4	5	3	4	3	4	4	3	3	37
60	5	4	4	3	3	4	5	3	3	4	38
61	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	36
62	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	35
63	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	35
64	2	2	4	2	3	3	4	4	4	3	31
65	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	47
66	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	30
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	2	4	4	4	4	5	4	5	5	5	42
69	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	34
70	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	35
71	4	5	4	2	4	4	2	4	4	4	37
72	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	33
73	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
74	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	34
75	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	33
76	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	40
77	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	4	4	5	3	4	4	3	5	3	5	40
80	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
81	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	32
82	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47
83	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	34
84	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	37
85	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	34
86	5	4	4	3	4	4	4	5	4	3	40
87	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	35

42	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
43	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4	27
44	2	2	2	3	3	3	2	4	3	4	28
45	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
46	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
47	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	35
48	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	44
49	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
50	4	3	4	4	4	4	3	5	2	5	38
51	4	4	4	4	4	3	3	4	2	5	37
52	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	40
53	4	2	5	4	1	5	4	4	5	5	39
54	4	3	3	4	3	3	3	4	2	5	34
55	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	44
56	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
57	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	34
58	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
59	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	40
60	5	4	3	4	5	4	4	3	3	3	38
61	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
62	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
63	4	4	5	4	4	4	3	3	2	5	38
64	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	33
65	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	44
66	3	3	4	4	3	3	3	2	2	5	32
67	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
68	5	5	5	4	4	4	4	2	2	5	40
69	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	32
70	4	3	4	3	3	4	3	2	2	4	32
71	5	4	5	3	3	4	2	2	2	5	35
72	3	4	2	2	2	4	4	4	4	4	33
73	3	4	3	3	3	4	4	2	2	3	31
74	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	34
75	3	4	2	2	2	4	4	4	4	4	33
76	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	42
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	38
79	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	39
80	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
81	5	3	4	4	4	4	4	3	3	5	39
82	5	5	3	4	4	5	4	3	5	5	43
83	4	3	3	4	4	3	3	3	2	4	33
84	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
85	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
86	4	5	4	4	5	1	3	3	4	4	37
87	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39

88	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	36
89	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
90	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	36
91	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	36
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
93	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
94	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	37
95	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	40
96	3	2	4	2	2	2	3	4	3	4	29
97	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	40
98	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	41
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
100	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	34

88	2	2	2	3	3	3	4	2	2	4	27
89	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	44
90	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
91	5	5	4	3	3	4	4	3	3	4	38
92	4	4	4	5	5	4	3	3	4	3	39
93	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	46
94	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	38
95	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	44
96	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	32
97	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	44
98	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	45
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
100	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4	28



Data responden untuk menguji indikator variabel inovasi produk (X) yang memberikan pengaruh paling besar terhadap minat menabung (Y)

No	X1	X1	X1	X1	X2	X2	X2	X3	X3	X3	SUM X	SUM X1	SUM X2	SUM X3
1	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	32	13	11	8
2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38	16	12	10
3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	35	13	11	11
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41	16	12	13
5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	35	13	11	11
6	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	38	14	11	13
7	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	43	18	12	13
8	4	2	4	3	3	4	3	4	4	3	34	13	10	11
9	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46	20	12	14
10	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	36	14	11	11
11	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	36	15	10	11
12	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	44	17	13	14
13	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33	13	10	10
14	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	33	13	11	9
15	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	27	12	8	7
16	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38	16	11	11
17	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	36	12	12	12
18	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	36	12	12	12
19	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	30	13	9	8
20	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	40	18	11	11
21	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	35	12	11	12
22	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	45	18	13	14
23	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	39	16	11	12
24	3	3	4	4	4	4	4	4	5	2	37	14	12	11
25	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	33	13	11	9
26	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	33	13	11	9
27	3	4	4	4	3	2	2	3	2	2	29	15	7	7
28	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	40	17	13	10
29	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36	14	11	11
30	3	4	4	4	5	5	4	4	3	3	39	15	14	10

31	3	4	3	5	3	3	3	5	5	4	38
32	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	3	5	3	3	4	5	4	4	4	4	39
35	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	45
36	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	42
37	2	3	5	4	5	4	4	4	4	4	39
38	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
39	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	36
40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
41	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
42	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	35
43	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32
44	4	2	4	4	3	3	2	2	3	3	30
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
47	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
48	3	2	4	3	4	5	5	5	4	3	38
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
50	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	41
51	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	38
52	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
53	4	5	4	1	5	4	5	4	1	4	37
54	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	34
55	3	2	4	3	4	5	5	5	4	3	38
56	4	4	4	3	4	4	3	3	2	2	33
57	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	36
58	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
59	4	4	5	3	4	3	4	4	3	3	37
60	5	4	4	3	3	4	5	3	3	4	38
61	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	36
62	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	35
63	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	35
64	2	2	4	2	3	3	4	4	4	3	31
65	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	47
66	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	30
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	2	4	4	4	4	5	4	5	5	5	42
69	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	34
70	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	35
71	4	5	4	2	4	4	2	4	4	4	37
72	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	33
73	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
74	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	34
75	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	33

15	9	14
16	11	10
16	12	12
14	13	12
16	14	15
14	15	13
14	13	12
15	12	10
15	11	10
15	12	11
15	12	10
13	12	10
14	9	9
14	8	8
16	12	12
12	9	9
16	11	12
12	14	12
12	9	9
16	14	11
15	11	12
15	11	12
14	14	9
13	9	12
12	14	12
15	11	7
15	9	12
15	12	11
16	11	10
16	12	10
14	11	11
14	11	10
15	11	9
10	10	11
19	15	13
11	11	8
16	12	12
14	13	15
13	9	12
15	10	10
15	10	12
9	12	12
13	10	9
15	10	9
9	12	12

76	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	40	17	12	11
77	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	15	12	12
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	16	12	12
79	4	4	5	3	4	4	3	5	3	5	5	40	16	11	13
80	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39	16	12	11
81	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32	12	10	10
82	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	47	18	14	15
83	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	34	13	10	11
84	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37	15	11	11
85	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	34	14	10	10
86	5	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	40	16	12	12
87	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	35	14	10	11
88	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	36	14	10	12
89	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42	17	12	13
90	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	36	12	12	12
91	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	36	16	11	9
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	12	9	9
93	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38	15	12	11
94	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	37	17	10	10
95	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	40	15	13	12
96	3	2	4	2	2	2	3	4	3	4	4	29	11	7	11
97	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	40	14	14	12
98	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	41	16	13	12
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	16	12	12
100	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	34	14	8	12

Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)

Nilai Koefisien Korelasi (r) untuk taraf signifikan tertentu

df	0.10	0.05	0.02	0.01
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897

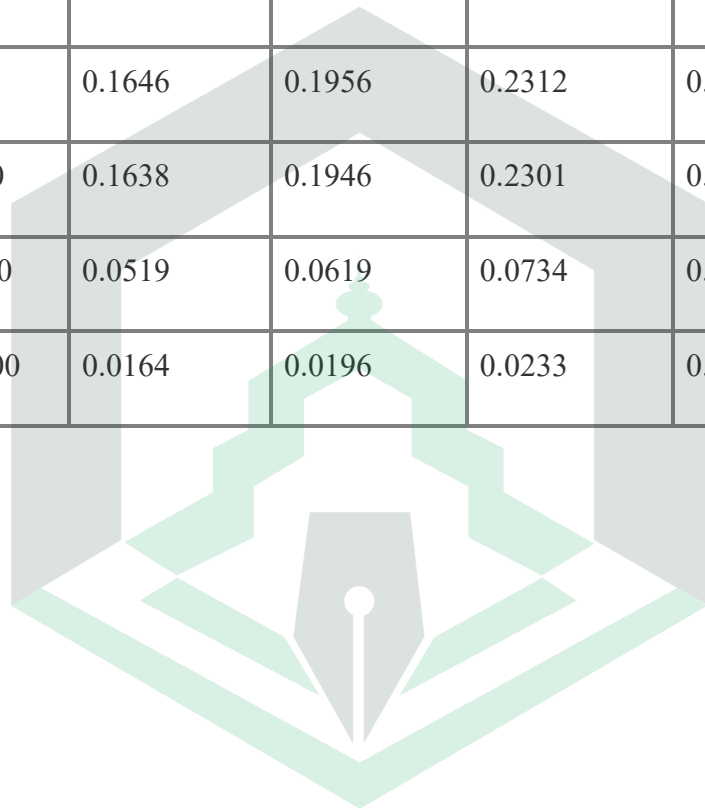
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182

36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415

55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957

74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645

93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540
1000	0.0519	0.0619	0.0734	0.0812
10000	0.0164	0.0196	0.0233	0.0258



Titik Persentase Distribusi t

d.f. = 1 - 200




Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

 Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526


Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

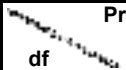
Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

 Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

 Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

RIWAYAT HIDUP



Nurul Ulyah, lahir di Desa Cimpu Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, 28 Februari 1996, merupakan anak pertama dari empat bersaudara dan merupakan buah kasih sayang dari Rusdin Bahrin dan Mashuri. Adapun pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis yaitu dimulai dari pendidikan taman kanak-kanak, tepatnya di TK Tunas Giri Jakarta Utara dan dinyatakan lulus pada tahun 2001, selanjutnya pada sekolah tingkat dasar, tepatnya di SDN No.18

Babana Cimpu dan dinyatakan lulus pada tahun 2007. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di tingkat SMP, tepatnya di SMP Negeri 3 Palopo dan dinyatakan lulus pada tahun 2010. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di tingkat SMA, tepatnya di SMA Negeri 3 Palopo dan dinyatakan lulus pada tahun 2013. Pada akhir tahun 2013 penulis memutuskan untuk tidak melanjutkan pendidikan, melainkan memilih untuk bekerja. Dan pada saat itu penulis bekerja di sebuah rumah sakit tepatnya RSIA Selasih Medika Jl. Bintara Bekasi Barat, sebagai juru racik farmasi selama kurang lebih 2 tahun.

Pada tahun 2015 penulis tidak pernah mengira bahwa akan melanjutkan pendidikan sampai ke jenjang perguruan tinggi. Penulis memilih untuk melanjutkan pendidikan di **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO** Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selama memegang status mahasiswa, penulis aktif mengikuti Organisasi yaitu:

1. Sekretaris umum sebuah kelompok belajar Learning Best Club (LBC) Tahun 2016
2. Sekretaris panitia dalam kegiatan Organisasi dan Pelatihan Perbankan Syariah HMPS Perbankan Syariah IAIN Palopo Tahun 2016
3. Sekretaris panitia dalam kegiatan Championship of Islamic Bank (COIN) HMPS Perbankan Syariah IAIN Palopo Tahun 2017
4. Koordinator Divisi Pendidikan dan Keilmuan HMPS Perbankan Syariah IAIN Palopo Tahun 2017/2018

5. Juri *Speech Contest* dalam kegiatan HMPS Perbankan Syariah tahun 2017

Selain itu, Alhamdulillah selama kuliah penulis juga pernah meraih beberapa prestasi diantaranya:

1. Meraih Peringkat Satu Kelas Semester I s.d VII T.A 2015/2016 s.d 2016/2017
2. Mendapatkan Predikat Terbaik Satu Se-Prodi Perbankan Syariah Semester II T.A 2016/2017
3. Mendapatkan Predikat Terbaik Satu Se-Prodi Perbankan Syariah T.A 2018/2019

Pada akhirnya penulis membuat tugas akhir Skripsi untuk menyelesaikan pendidikan di bangku perkuliahan dengan judul skripsi **“Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo”**. Penulis berharap dapat melanjutkan karir ke jenjang selanjutnya dan meraih cita-cita yang diinginkan, Aamiin. Demikianlah riwayat hidup penulis.

